

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NO MEIO EMPRESARIAL: O PAPEL DO EDUCOMUNICADOR SOCIOAMBIENTAL

João Djane Assunção da Silva (1)

Elvis Alves da Silva (2)

(1) Graduando do 8º semestre do bacharelado em Comunicação Social - Educomunicação da Universidade Federal de Campina Grande-PB, e-mail: joaodjane@gmail.com

(2) Graduando do 6º semestre do bacharelado em Ciências Biológicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul-RS, e-mail: elvis123alves@hotmail.com

RESUMO

Este artigo traz uma reflexão acerca de como o meio empresarial vem lidando com ações de responsabilidade socioambiental. Por meio da pesquisa bibliográfica são expostas discussões em torno das propostas de ações que as empresas estão promovendo para contribuir com a qualidade de vida da população, a preservação do meio ambiente e o ideal de sustentabilidade. O trabalho também busca mostrar as possibilidades que o campo da educomunicação tem para implementar a gestão de processos comunicativos direcionados para o planejamento de ações socialmente e ambientalmente responsáveis no meio organizacional. O referencial teórico é baseado no documento do Ministério do Meio Ambiente sobre Educomunicação Socioambiental (2008) e em autores que trazem pesquisas sobre responsabilidade socioambiental empresarial, bem como trabalhos na perspectiva da educomunicação socioambiental.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental. Meio empresarial. Educomunicação socioambiental.

INTRODUÇÃO

A problemática que gira em torno das preocupações com o meio ambiente e com a qualidade de vida vêm sendo uma grande preocupação para as sociedades modernas. Estamos falando de um assunto que abrange a sociedade de maneira global, uma vez que ao lidar com questões que envolvem a relação entre homem e natureza, há ações, dentro de um limite de proporcionalidade, que podem afetar todo o planeta. São consequências diretamente ligadas aos modelos de produção e consumo decorrentes dos padrões socioeconômicos atribuídos ao sistema capitalista.

É com essas preocupações que afetam a organização social que este artigo pretende fazer uma reflexão acerca de como o meio empresarial vem lidando com ações de responsabilidade socioambiental. São expostas discussões acerca de quais as propostas de ações que as empresas estão promovendo para contribuir com a qualidade de vida da população, a preservação do meio ambiente e o ideal de sustentabilidade.

E é pensando no setor da economia, constituído pela indústria e seus segmentos de empresas privadas e públicas, que o trabalho aborda o conceito de educomunicação socioambiental. Entende-se que a transdisciplinaridade e a proposta de uma gestão participativa e democrática, que rege os pressupostos da educomunicação, torna possível a essa nova área do conhecimento contribuir com ações de favorecimento a organização social. Trata-se de uma gestão de processos comunicativos no sentido de repensar os valores e costumes direcionados para o planejamento e implementação de ações socialmente e ambientalmente responsáveis.

Em consequência às reflexões que são estabelecidas como objetivos, são feitas considerações acerca do papel do educador socioambiental no ambiente empresarial. A ideia é traçar o perfil desse novo profissional, que através da gestão de processos comunicacionais baseados no uso dos meios de comunicação tradicionais e das novas tecnologias da informação e da comunicação, possui potencial para estabelecer estratégias eficientes de relacionamento de uma organização com seus públicos de interesse.

METODOLOGIA

A metodologia do trabalho está fundamentada na análise bibliográfica, que se trata da elaboração de hipóteses a partir de pesquisas científicas já publicadas. Esta metodologia de pesquisa é formada principalmente por livros, artigos e *papers* científicos, periódicos e do material disponibilizado na internet através de revistas digitais, anais de eventos e *websites* em geral.

A abordagem metodológica traz uma visão epistemológica que se relaciona constantemente com a temática voltada para o campo da educação ambiental. O trabalho parte de um referencial teórico baseado no documento do Ministério do Meio Ambiente sobre Educomunicação Socioambiental (2008) e de autores que trazem pesquisas sobre responsabilidade socioambiental, bem como estudos específicos sobre o campo da educomunicação, em especial na perspectiva da educomunicação socioambiental.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O conceito de responsabilidade socioambiental está diretamente ligado ao desenvolvimento de ações que buscam cuidar do meio ambiente. Uma responsabilidade

socioambiental é pautada por políticas ambientais que visam a sustentabilidade, ou seja, o uso consciente dos recursos naturais a fim de promover um desenvolvimento social e econômico que respeite a biodiversidade. Nesse sentido, todas as instâncias sociais são responsáveis por manter ações de sustentabilidade (BRASIL, 2008).

A responsabilidade socioambiental pode ser entendida como um sistema de gestão adotado por empresas públicas e privadas que tem por objetivo providenciar a inclusão social (responsabilidade social) e o cuidado ou conservação ambiental (responsabilidade ambiental) (DENIS; VETTORAZZI, 2011, p.419)

A responsabilidade socioambiental, passa então, a ser um conceito importante nos debates sociais e seus setores, esses compreendidos pelos órgãos governamentais, o chamado primeiro setor, que é o governo representando o uso de bens públicos para fins públicos; pelo segundo setor, que se trata do mercado composto pelas empresas privadas com fins lucrativos; e pelas associações sem fins lucrativos, enquadradas no terceiro setor, que são as organizações que atuam nos espaços não atendidos pelos setores públicos e privados.

O acelerado processo de globalização, intensificado no decorrer das últimas décadas do século XX, promoveu o avanço dos setores industriais e deu o pontapé inicial para a revolução tecnológica. Em contrapartida, o progresso econômico trouxe consigo males que afetaram a sociedade em escala global. O mundo passou a conviver de maneira expressiva com a desenfreada degradação do meio ambiente e exploração dos recursos naturais por parte das grandes indústrias, do crescimento da desigualdade social e da ineficiência do estado em garantir os direitos básicos para a qualidade de vida da população (FERREIRA; GUERRA, 2012).

Responsabilidade socioambiental passou a ser uma preocupação da sociedade em todos os seus segmentos, mas são as empresas, sejam públicas ou privadas, que possuem o poder político e o capital financeiro, além de tecnologias modernas, para mobilizarem os atores sociais. Mediante esta circunstância, como colocam Maranhão e Stori (2015), a indústria possui uma ampla parcela de responsabilidade no desenvolvimento de políticas que visam reduzir os impactos ambientais provocados pelo uso dos seus produtos, ou mesmo a degradação gerada pela coleta de seus insumos.

As estratégias para o fortalecimento de um modelo de trabalho que promova a responsabilidade socioambiental empresarial passam a ser um desafio, principalmente para as empresas com mais de 500 empregados, que em relação a indústria, são consideradas pelo

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2013), como de grande porte¹.

Hoje essa tendência mundial cresce a cada ano e muitas organizações têm investido em projetos [...] socioambientais [...], adotando uma postura mais sensível e responsável aos problemas da comunidade onde estão inseridos, assumindo responsabilidades sobre os impactos causados por seus processos produtivos [...]. Deste modo, o progresso passa a ter um novo caminho e não é mais avaliado apenas sob o fator produto ou do lucro, mas também sobre o processo e o contexto no qual o trabalho ocorre e a forma que isso tem reflexos positivos ou negativos (PALHARES; NAGATA, 2010, p.1).

Com essa preocupação social e ambiental, Palhares e Nagata (2010) destacam o papel que as empresas passam a desempenhar na nova conjuntura do mercado, pois necessitam se reinventar e manter a coerência entre a ética nos negócios e a preservação do meio natural. Isso acaba por afetar a relação entre empresa e consumidor, uma vez que a população passa a cobrar ações sustentáveis por parte das instituições. Olha-se com bons olhos as empresas que conseguem aliar seus propósitos mercantis com o desenvolvimento sustentável e a preservação da qualidade de vida dos seus públicos de interesse².

O setor da economia, formado pela indústria e seus segmentos de empresas privadas e públicas, que são responsáveis pela captação de recursos naturais, processo que vai desde a coleta dos insumos, passando pela produção, distribuição, consumo, uso, e por fim o descarte do produto, são tidas como as grandes responsáveis pela degradação ambiental. Contudo, vale ressaltar que em uma sociedade capitalista e pautada pela lógica do consumo, quem define a prioridade do que será produzido são os consumidores, pois a exploração dos recursos naturais para a geração de matérias-primas depende do que o público consumidor demanda (NASCIMENTO, [2015]).

Está intrínseco o reconhecimento de que os recursos naturais para fins de exploração são finitos. O que acarreta um comprometimento de diferentes atores na pauta socioambiental, em respeitar os limites da biodiversidade, e que na falta desta, o desenvolvimento será comprometido.

As empresas que não se adequarem a um modelo de trabalho que reduza impactos socioambientais ficam sujeitas a reprovação dos públicos consumidores. Nesse contexto, as

¹ São consideradas âmbito da indústria, Microempresas aquelas com até 19 empregados; Empresas de pequeno porte aquelas com 20 a 99 empregados; Empresas de médio porte as com 100 a 499 empregados; e as Grandes empresas são as com 500 ou mais empregados (SEBRAE, 2013).

² Sobre públicos de interesse de uma organização ver FRANÇA, Fábio. **Públicos:** Como Identificá-los em Nova Visão Estratégica Business Relationship. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora, 2012.

organizações vêm cada vez mais investido em projetos socioambientais empresariais que prezam por uma imagem institucional responsável aos problemas da localidade na qual se encontram instauradas. Entenderam que é preciso assumir responsabilidades sobre os impactos sociais e ambientais que o processo de coleta de insumos e produção de suas mercadorias causa a biodiversidade.

A relação entre produtores, fornecedores e consumidores é capaz de suscitar benefícios e dar condições de sobrevivência entre si. Desde o próprio desenvolvimento sustentável e educação ambiental, a atividades industriais ou de reciclagem, que geram emprego e renda.

Espera-se que as empresas sejam organizações sociais e ambientais que contribuam ativamente para o desenvolvimento da sociedade. Para isso elas necessitam manter uma relação ética e de transparência com seus públicos de interesse, principalmente os consumidores dos seus produtos e bens de serviço.

Hoje o consumidor está atento para todas as informações que as empresas divulgam, querem estar cientes da maneira como elas estão contribuindo em termos socioambientais. Essa relação de transparência entre a empresa com o consumidor é prevista em lei. O Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 4º diz que:

A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo [...] (BRASIL, 1990).

Para Kreitlon (2004), apesar de existirem inúmeros conceitos que tratem de questões acerca da responsabilidade social e ambiental por parte de uma empresa, há um consenso mínimo que interliga o papel de uma organização empresarial com relação às ações de sustentabilidade. Pensando de acordo com o que afirma a autora, para uma empresa ser reconhecida socioambientalmente responsável, ela deve:

- i. Reconhecer o impacto que suas atividades causam sobre a sociedade na qual está inserida;
- ii. Gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto em âmbito local como global;

- iii. Realizar esses propósitos por meio do diálogo permanente com as partes interessadas, às vezes em parcerias com outros grupos e organizações.

EDUCOMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

Durante os últimos anos da década de 90, através de articulações da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO, surgem debates em torno do desenvolvimento da América Latina, com o intuito de aproximar os campos da Comunicação e da Educação na esfera das políticas públicas (SCHAUN, 2002). A partir deste momento se desenvolvem intervenções participativas em prol da criação de múltiplos espaços de participação social. Nasce nesse contexto o campo da educomunicação, que na visão de Ismar Soares, o principal nome ligado ao conceito no Brasil:

[...] a educomunicação dialoga com a Educação, tanto quanto com a Comunicação, ressaltando, por meio de projetos colaborativamente planejados, a importância de se rever os padrões teóricos e práticos pelas quais a comunicação se dá. Busca, desta forma, transformações sociais que priorizem, desde o processo de alfabetização, o exercício da expressão, tornando tal prática solidária fator de aprendizagem que amplie o número dos sujeitos sociais e políticos preocupados com o reconhecimento prático, no cotidiano da vida social, do direito universal à expressão e à comunicação (SOARES, 2014, p.24).

A educomunicação, além da reflexão sobre os modelos de comunicação e educação, lida com intervenção social “que contribui para a motivação dos atores sociais envolvidos nas temáticas socioambientais por meio da ampliação do potencial de expressão de seus interesses” (TOTH; MERTENS; MAKIUCHI, 2012, p.114).

É por se preocupar com questões de sustentabilidade e desenvolvimento humano, que a educomunicação tem agrupado intervenções sociais guiadas por meio de diversas áreas interdisciplinares do conhecimento (BRITO, 2016). Ao tratar especificamente de temáticas acerca da preservação do meio ambiente e disseminação de ideias sobre sustentabilidade, surge a educomunicação socioambiental. Esse ramo da educomunicação busca fomentar políticas públicas de desenvolvimento sustentável e conscientização ambiental.

Conforme explica Conte (2015), a educomunicação socioambiental faz uso dos meios de comunicação tradicionais e as novas tecnologias da informação e da comunicação para discutir os ideais de sustentabilidade e os problemas ambientais atuais, interferindo no

processo educacional dos indivíduos. No Brasil, o conceito teve reconhecimento de forma oficial no ano de 1999 pelo Ministério da Educação e pelo Ministério do Meio Ambiente no ano de 2005. Conte (2015, p.29) ainda diz que a educomunicação socioambiental “permite a comunicação para a sustentabilidade, que não se limita ao discurso especializado em ecologia, mas, que concede ao aprendizado que as interfaces com muitos outros campos e saberes também estão envolvidas na questão”.

Vale fazer uma ressalva quanto a diferenciação entre o conceito de educomunicação socioambiental e o de educação ambiental, ainda que pareçam indissociáveis. O primeiro parte do pressuposto que é preciso se apropriar dos diferentes usos das ferramentas midiáticas para o propósito da responsabilidade socioambiental. Já o segundo agrega reflexões acerca das atividades pedagógicas que lidam com os problemas sociais e ambientais (LEIPNITZ; MAZZARINO, 2010). Nesse sentido, percebemos que ao tratar de educomunicação socioambiental estamos sempre lidando com as reflexões da educação ambiental, no entanto, a educação ambiental é um campo que se sustenta por suas próprias concepções epistemológicas.

O documento do Ministério do Meio Ambiente sobre Educomunicação Socioambiental diz que o conceito:

Refere-se ao conjunto de ações e valores que correspondem à dimensão pedagógica dos processos comunicativos ambientais, marcados pelo dialogismo, pela participação e pelo trabalho coletivo. A indissociabilidade entre questões sociais e ambientais no fazer-pensar dos atos educativos e comunicativos é ressaltada pelo termo socioambiental. A dimensão pedagógica, nesse caso em particular, tem foco no “como” se gera os saberes e “o que” se aprende na produção cultural, na interação social e com a natureza (BRASIL, 2008, p.10).

A educomunicação socioambiental entende que diante do preocupante cenário, pautado pela exploração indiscriminada dos recursos naturais, é preciso buscar orientar os cidadãos e as organizações para que modifiquem suas práticas exploratórias e passem a pensar de maneira racional no futuro do planeta. Para implementação das ações de educomunicação socioambiental nos setores sociais, se faz necessário que o poder público e as empresas privadas deliberem ações de incentivo e fomento à comunicação ambiental em uma perspectiva educativa e político-pedagógica (BRASIL, 2008).

Educomunicação socioambiental deve promover a inclusão de atores e perspectivas com valorização de experiências acumuladas, bem como de novos modos de ver e novas formas de fazer, sempre pelo bem comum. Isso exige ampliação dos espaços de diálogo e de argumentação e contra-argumentação [...] (BRASIL, 2008, p.21).

Entende-se, portanto, que a educomunicação socioambiental tem como finalidade proporcionar o desenvolvimento de canais de comunicação para o fortalecimento da organização social e ambiental. Para isso acontecer é preciso que o diálogo social busque sempre reflexões e ações que priorizem o trabalho cooperativo, ampliando as percepções acerca das questões socioambientais e valorizando as experiências humanas.

O EDUCOMUNICADOR SOCIOAMBIENTAL NO MEIO EMPRESARIAL

Para uma organização empresarial ter sucesso na aplicação de propostas socioambientais é preciso a colaboração entre os seus mais diversos setores de trabalho, bem como a atenção para todos os públicos de interesse da empresa. Faz-se necessário escutar com atenção quais são os interesses dos sócios, fornecedores, funcionários, consumidores e a comunidade local. Ao fazer isso a empresa deve adaptar a sua realidade de atuação no mercado de acordo com as necessidades dos seus interessados. Ao incorporá-los, a organização estará bem mais preparada para garantir ações de sustentabilidade, pois consegue se manter em alerta acerca das novas dinâmicas que alteram o convívio social, o meio ambiente e conseqüentemente, o clima empresarial (NÓBREGA, 2010).

Uma empresa que não mede esforços para investir em responsabilidade socioambiental percebe que é de fundamental importância o estabelecimento de práticas que valorizem o potencial humano e o meio ambiente. Essas ações retornam para a organização na forma de ganhos na produtividade, na inovação científica e tecnológica e na avaliação positiva do consumidor.

É pensando nisso que Ribeiro e Moresco (2013) compreendem que o agente denominado como educador, atuando no ambiente empresarial, é capaz de gerir processos comunicacionais e estimular a conscientização dos colaboradores para que as atitudes em favor de uma responsabilidade socioambiental se tornem constantes. A proposta educacional, através da perspectiva socioambiental, é de propiciar a manutenção de uma identidade corporativa essencialmente responsável e transparente.

[...] não se pode pensar em formar um espaço significativo sem uma clareza do que é a organização, qual a sua essência e identidade, quais seus valores, qual sua missão e visão. Esses elementos de identidade devem ser "relidos e redefinidos" com a participação dos membros da organização, para que sejam parte de suas vidas e, portanto, tenham sentido (RIBEIRO; MORESCO, 2013, p.2).

Soares (2011) diz que o profissional educador é o agente que demonstra competência na formulação de diagnósticos e que possui capacidade de coordenar projetos que contemplam os espaços que alocam a inter-relação Educação/Comunicação. Sendo assim, o educador tem autonomia para trabalhar suas práticas além do campo de ensino/aprendizagem. Esse novo profissional pode desenvolver projetos em diversos espaços de construção social, como o cultural, o artístico, o religioso, o educacional, o político, o corporativo e o midiático.

É um equívoco imaginar que o educador irá atuar somente no espaço da educação, uma vez que a educação está inserida no campo da Comunicação Social. Dessa forma, esse novo profissional pode ser entendido como um gestor de processos comunicativos que viabilizam o direito ao acesso democrático a informação por meio de uma gestão participativa.

Nesse panorama, o papel do educador socioambiental no ambiente empresarial está alicerçado no tripé formado pela organização, pelos modos de produção e pelo consumidor. Orienta-se que ele deva agir como um mediador de conflitos, aumentando o diálogo sobre a problemática socioambiental entre a gestão executiva e os seus públicos de interesse. Nóbrega (2010), reforça essa linha de pensamento afirmando que a responsabilidade socioambiental não deve ser aplicada restritamente com a finalidade de atingir o consumidor, mas ser difundida ao longo dos modos de produção. Em outras palavras, ela deve ser trabalhada desde a tarefa de atendimento telefônico à formalização de um contrato, partindo desde do trabalhador encarregado da limpeza ao diretor-executivo da organização.

O papel do educador socioambiental é o de desenvolver reflexões sobre os comportamentos individualistas, a insustentabilidade de uma cultura consumista, os aspectos psicológicos que cercam os gestos de consumo, proporcionando, assim, elementos que serão capazes de racionalizar esses gestos, e gerar transformações em direção a uma sociedade mais sustentável. Também cabe à educação socioambiental analisar os discursos de materiais veiculados na mídia, de modo a gerar reflexão sobre como se formam valores para uma sociedade mais sustentável. Além disso, é papel da educação socioambiental a formação de cidadãos capazes de organizar e atuar para fortalecer os objetivos e as ações da educação ambiental (LEIPNITZ; MAZZARINO, 2010, p.48).

Tomando como base as orientações descritas no documento do Ministério do Meio Ambiente sobre Educomunicação Socioambiental (2008), o educador socioambiental, ao atuar no ambiente organizacional deve implementar planos para projetos que possam englobar:

- i. O incentivo a criação de editais para o financiamento de produções audiovisuais (por setores que gerem as políticas culturais voltadas à temática ambiental e com vistas à educação ambiental);
- ii. Campanhas educativas e formações a distância e presenciais pautadas pela educomunicação socioambiental;
- iii. A criação de normas internas que consolidem os valores socioambientais instituídos pela organização, estimulando os funcionários e dirigentes a tomarem decisões coerentes com essas diretrizes estabelecidas;
- iv. A divulgação de ações socioambientais realizadas por parte da empresa na programação de rádio e Tv, páginas educativas em impressos, bem como nos espaços relacionados ao mundo cibernético;
- v. Ações de educomunicação socioambiental como item de orçamentos públicos nas áreas da Educação, Cultura e Meio Ambiente - no caso do governo federal, inclusão nas previsões de programa orçamentário plurianual (PPAs);
- vi. A valorização do título de responsabilidade socioambiental, buscando com que a empresa possa investir recursos em ações integradas de educação e comunicação ambiental, na forma de patrocínio a projetos de instituições da sociedade

Conforme às reflexões de Menezes (2014), embora muitos estudiosos imaginem que a educomunicação se limite a atuar através de projetos de intervenção em uma comunidade, desenvolvendo nos grupos a criação de ferramentas de comunicação para transformarem sua realidade social, a educomunicação socioambiental não é somente mais um instrumento de convencimento e persuasão. Entende-se nesse sentido, que o educador socioambiental no ambiente empresarial deve desfazer-se da ideia que comunicação se resume a mera transmissão de uma informação, mas sim pensar e executar estratégias participativas junto a funcionários e gestores.

A proposta educacional encontra espaço para desenvolver-se na responsabilidade social devido a estreita relação das ações sociais organizacionais e a área da educação. A educação na empresa se torna um espaço significativo no qual cada indivíduo passa a ser um elemento chave para a realização do projeto e da missão da organização. A identidade organizacional se funde com os valores e aspirações dos públicos e o âmbito dos resultados deixa de ser um fim em si mesmo, para tornar-se fruto de uma motivação que se materializa no trabalho (RIBEIRO; MORESCO, 2013, p.2).

Para Carvalho (2005), a educação como um todo, não apenas na ótica socioambiental, quando se insere no meio empresarial busca mediar conflitos, ou seja, fazer do ambiente organizacional um local que também promove a participação e a aprendizagem. O agente educacional seria o profissional que preza por uma comunicação horizontalizada e que parte de uma ação ética que é direcionada aos segmentos sociais que mantêm relações com a empresa. Deve ter como objetivo principal a interação social por meio de “unidades educativas, meios de comunicação e tecnologia da informação, processos e práticas organizacionais que levem a tal alinhamento” (NASCIMENTO, [2015], p.3).

As práticas de educação socioambiental, integradas junto a responsabilidade socioambiental, servem para que o meio empresarial passe a tomar atitudes que possam amenizar os problemas ambientais e sociais interconectados com a visão, missão e valores da instituição. São processos educacionais fomentados pelos meios de comunicação e as novas tecnologias da comunicação e da informação que pensam em favor da qualidade de vida das pessoas e da preservação da natureza. É também um árduo e importante trabalho de educação ambiental que se dedica a manter a empresa caminhando ao encontro de um planeta saudável, e uma sociedade colaborativa.

Essa organização humana funciona também como um organismo vivo onde tudo comunica, tudo e todos são parte de um projeto comum e de uma missão global, de um universo comunicacional que forma o que alguns chamam ecossistema comunicativo, um cosmos organizacional, no qual as diversas partes interagem num processo sinérgico e construtivo que tem uma orientação comum e se desenvolve como um sistema de relações ricas e significativas (CARVALHO, 2005, p.1).

A educação socioambiental tem potencial para fortalecer o ambiente organizacional por possibilitar a ação educadora dentro de uma dimensão social e ambiental que valoriza ações de sustentabilidade. Conte (2015), apreende que por meio deste campo de

intervenção a empresa ganha um profissional que tem por objetivo gerir processos comunicativos que viabilizem o diálogo participativo. Além de que o papel do educador socioambiental é totalmente direcionado a favorecer a organização da sociedade, estimulando a mudança de valores e promovendo a continuidade de hábitos sustentáveis, “criando uma cultura de atuação conjunta, integrada e participativa que transforma a comunidade [...] ou organização [...] atendida em atores que influenciam e são influenciados” (CONTE, 2015, p.29).

CONCLUSÕES

Podemos pressupor que através desta pesquisa científica é possível demonstrar que as empresas estão cada dia mais preocupadas em realizar reflexões e ações em torno da temática da responsabilidade socioambiental.

As organizações estão buscando alternativas para atender políticas sociais que respeitem a qualidade de vida da população e promovam a sustentabilidade ambiental. É através de ações voltadas para a responsabilidade socioambiental que as empresas podem aprimorar a sua imagem perante os seus públicos de interesse, em especial o consumidor. Além de que um melhor gerenciamento das suas ações de produção podem gerar benefícios expressivos a comunidade local a qual a organização está inserida.

No contexto de uma sociedade moderna, que enfrenta problemas globais relacionados a degradação do meio ambiente, a manutenção de uma relação empresarial sólida e que priorize as decisões coletivas e a manutenção dos interesses comuns a sócios, fornecedores, funcionários, consumidores e a comunidade local, é um diferencial que faz de uma empresa referência em qualidade de vida e responsabilidade socioambiental. E, por mais que existam benefícios e esforços advindos do emprego de gestão ambiental nas empresas, elas ainda se deparam com inúmeros obstáculos, que minimizam a sua prática socioambiental.

Mediante o contexto apresentado, surge então um profissional com reais possibilidades para fazer com que a organização empresarial consiga atingir seus objetivos socioambientais. Trata-se do educador socioambiental, que inserido no meio empresarial preza pela preocupação com a reflexão crítica dos processos comunicacionais, atuando como um agente socializador que produz significados que permita a implantação de valores sociais e ambientais na organização.

Todavia, por meio deste estudo entendemos que o campo da educomunicação pode enfrentar dificuldades para se inserir no meio empresarial, uma vez que é um ambiente tradicionalmente hierarquizado. Contudo, o ramo da educomunicação socioambiental se mostra inovador e traz consigo propostas viáveis para realizar a gestão estratégica de processos comunicativos de uma organização. Nessa perspectiva, se imagina que o profissional educomunicador utilize de seus conhecimentos acerca de uma visão estratégica sobre comunicação e educação, para desenvolver metodologias participativas que prezem pela ação de responsabilidade socioambiental das empresas, bem como um melhoramento no relacionamento com seus públicos.

É fazendo uso estratégico dos meios de comunicação tradicionais e das novas tecnologias da informação e da comunicação, e pensando na temática voltada para o campo da educação ambiental e desenvolvimento sustentável, que o educomunicador socioambiental busca garantir seu espaço no mercado do setor empresarial. Cabe a esse “profissional do futuro” o desafio de criar nas organizações, sejam elas públicas ou privadas, uma cultura de colaboração setorial e gestão participativa.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm> Acesso em: 18 de fev. 2017.

_____. **Educomunicação socioambiental:** comunicação popular e educação. Brasília: MMA, 2008. 50 p.

BRITO, R. R. Educomunicação Socioambiental: comunicação e educação a serviço do desenvolvimento sustentável. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. XVIII. **Anais.** Caruaru, 07 a 09 de jun. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/hA93Sb>> Acesso em: 09 de mar. 2017.

CARVALHO, P. M. **Educomunicação e a reinvenção da empresa do século XXI.** [S.l.], 2005. Disponível em: <<https://goo.gl/VEBHC4>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

CONTE, A. A. **Educomunicação socioambiental como instrumento de informação e sensibilização sobre a poluição dos rios por resíduos sólidos.** Curitiba, 2015. 147 p.

DENIS, R. R. M.; VETTORAZZI, K. M. **Responsabilidade social e ambiental das empresas:** a aplicação do princípio da responsabilidade estendida do produtor na busca pela sustentabilidade ambiental. Curitiba, 2011. Disponível em: <img.fae.edu/galeria/getImage/1/2167240937966242.pdf> Acesso em: 21 fev. 2017.

FERREIRA, B. S.; GUERRA, J. A. De P. Responsabilidade socioambiental: um olhar sistêmico em uma organização estatal. In: Congresso Brasileiro de Sistemas. 8°. **Anais**. Poços de Caldas, 25 e 26 set. 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/pbUCRP>> Acesso em: 04 de mar. 2017.

KREITLON, M. P. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. 28. **Anais**. Curitiba, 2004. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2004/GSA/2004_GSA2651.pdf> Acesso em: 18 de fev. 2017.

LEIPNITZ, C. A; MAZZARINO, J. M. Educomunicação socioambiental no processo de criação audiovisual na ong Abaquar Brasil. **Destques Acadêmicos**, Lajeado, Ano 2, nº 2, p. 45-55, 2010. Disponível em: <<http://www.univates.br/revistas/index.php/destaques/article/view/64>> Acesso em: 12 de fev. 2017.

MARANHÃO, R. A; STORI, N. Desenvolvimento sustentável e responsabilidade socioambiental nas forças armadas: um estudo na Marinha do Brasil. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. XII. **Anais**. Resende, 28 a 30 de out. 2015. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/29122467.pdf>> Acesso em: 25 de fev. 2017.

MENEZES, D. Contribuições da relação entre comunicação e educação ambiental para a gestão participativa. **Biodiversidade Brasileira**, [S.l.], Ano 4, nº 1, p. 3-16, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/kM0Fux>> Acesso em: 27 fev. 2017.

NASCIMENTO, S. D. P. **A prática da Educomunicação em ação intersetorial como estratégia de valorização da cultura local**: um estudo de caso do projeto Mídia Jovem. [S.l.], [2015]. Disponível em: <<https://goo.gl/tRxjMi>> Acesso em: 20 de fev. 2017.

NÓBREGA, V. **O que é responsabilidade socioambiental nas empresas?** [S.l.], 2010. Disponível em: <<http://vitrinepublicitaria.net/opinia0.asp?menucodigo=100>> Acesso em: 08 mar. 2017.

PALHARES, J. M; NAGATA, N. Responsabilidade social e ambiental das empresas: um estudo das ações praticadas pela Itaipu binacional. In: Seminário Latino-Americano de Geografia Física. VI. Seminário Ibero-Americano de Geografia Física. II. **Anais**. Coimbra, Portugal, mai. 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/ivPoYx>> Acesso em: 20 de fev. 2017.

RIBEIRO, R.; MORESCO, M. C. Responsabilidade Social e experiências educacionais: Levantamento em organizações paranaenses. In: Encontro de Educomunicação da Região Sul. II. **Anais**. Ijuí, 27 e 28 de jun. 2013. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/educomsul/2013/re/gt3/2.pdf>> Acesso em: 25 fev. 2017.

SCHAUN, A. Educomunicação: algumas questões sobre cidadania, racismo e mídia ou (a inclusão da diferença: negro de corpo e alma). In: Congresso Brasileiro da Comunicação. XXIV. **Anais**. Campo Grande, set. 2001. Disponível em: <<https://goo.gl/0BErhL>> Acesso em: 1 de mar. 2017.

_____. **Educomunicação: reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002. 131 P.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (org.). **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**: 2013. 6. ed. São Paulo: [s.n.], 2013. 284 p.

SOARES, I. O. **Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2011. 102 p.

_____. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre Comunicação e Educação. **Comunicação & Educação**, São Paulo: ECA/USP - Ano XIX, nº 2, p.15-26, jul./dez. 2014. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/72037>> Acesso em: 4 de mar. 2017.

TOTH, M.; MERTENS, F.; MAKIUCHI, M. F. R. Novos espaços de participação social no contexto do desenvolvimento sustentável - as contribuições da Educomunicação. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo v. XV, nº 2, p. 113-132, mai./ago. 2012.