



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UNICEUB
FACULDADE DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
ÀREA: REAPONSABILIDADE AMBIENTAL

RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES

CARLA PRISCILLA CARVALHO DE PAULA
RA: 2022468/4

PROFESSORA ORIENTADORA: Mariângela Abrão

Brasília/DF, Maio / 2007.

CARLA PRISCILLA CARVALHO DE PAULA

**RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL NAS
OGANIZAÇÕES**

Monografia apresentada como requisito para a conclusão da graduação em Administração na Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília, sob orientação da Professora Mariângela Abrão.

Brasília, ____ de _____ de 2007.

Banca Examinadora:

Prof. Ms. Mariângela Abrão
Orientadora

Prof.
Examinador

Prof.
Examinador

Brasília/DF, Maio / 2007

A Deus!

Aos meus pais, Carlos e Consuelo.

Aos meus irmãos, Tatiana e Gustavo.

À minha orientadora, Mariângela Abrão.

Ao meu namorado, Arthur.

À minha amiga, Flórence.

Aos amigos de todas as horas.

*Aos meus pais Carlos e Consuelo,
pela dedicação e apoio.*

*À minha amiga Flórence pelo apoio no
desenvolvimento desta monografia.*

*Ao meu namorado Arthur, pela compreensão e ajuda
em um momento importante da minha vida.*

*À minha professora Mariângela Abrão, pois sem sua
ajuda este trabalho não teria se concretizado.*

RESUMO

A presente monografia demonstra a importância da responsabilidade ambiental nas organizações. Há alguns anos atrás este tema era visto unicamente como uma despesa a mais que interferia na lucratividade da empresa. Porém dos anos 90 para frente essa postura vem sofrendo mudanças, pois o governo e a sociedade começam a cobrar uma nova forma de lidar com meio ambiente. A imprensa vem desempenhando um importante papel na conscientização da sociedade e de certa maneira forçando as empresas a terem mais cuidado com a questão ambiental, pois os danos causados são frequentemente expostos em todos os canais de comunicação prejudicando a imagem da empresa causadora. Mostra-se neste trabalho que é muito melhor prevenir do que consertar danos causados a natureza. Quando uma organização é ambientalmente responsável, ou seja, pratica realmente ações de preservação ambiental sua imagem perante a sociedade é positiva sendo uma das formas possíveis para aumentar as possibilidades de obter lucros. O estudo de caso utilizado nesta monografia é o da Chevron. A empresa passou a ter consciência ambiental depois que uma série de acidentes ambientais denegriu a sua imagem no mundo inteiro e atrapalhou investimentos em outros estados americanos. A Chevron passou a considerar os gastos com prevenção e responsabilidade social como investimento e não uma despesa.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 EMBASAMENTO TEÓRICO	9
2.1 Breve Histórico	9
2.2 O que é responsabilidade sócio-ambiental	10
2.3 Desenvolvimento Sustentável.....	11
2.4 Fatores necessários para o desenvolvimento sustentável.....	12
2.5 Dano ambiental – conceito	14
2.6 Princípios de Gestão Ambiental.....	15
2.7 Ações para minimizar os impactos ambientais.....	17
3 METODOLOGIA.....	19
4 ESTUDO DE CASO – CHEVRON	21
4.1 Dano ambiental causado pela organização	21
4.2 Responsabilidade sócio-ambiental.	21
4.3 Políticas de preservação ambiental praticadas pela Chevron.	22
4.4 A inovadora campanha criada pela organização	24
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
6 REFERÊNCIAS	30

1 INTRODUÇÃO

A questão chave a ser discutida nesse trabalho é o dano ambiental, que está em evidencia em todo o mundo. Porém essa questão traz consigo um grande desafio que é o desenvolvimento econômico contra degradação ambiental. Os países não querem desacelerar as suas economias em favor do meio ambiente, com isso o meio ambiente está sofrendo agressões que em breve não vão poder ser revertidas.

Muito se tem discutido sobre a preservação do meio ambiente que envolvem as questões como as diversas maneiras de amenizar o problema dos danos ambientais causados, e a busca incessante da conscientização da população sobre a importância de um meio ambiente sadio.

Os danos ambientais ocorrem em todo planeta e fizeram com que estudiosos tomassem consciência dos riscos que a degradação pode causar, uma vez que estes nem sempre podem ser reparados.

O foco deste trabalho é mostrar que procedimentos podem ser adotados pelas organizações na tentativa de evitar danos ao meio ambiente.

Os desastres ecológicos ocorrem pela necessidade que o homem tem de inovar e em obter lucros, esquecendo-se do seu dever de cuidar do meio ambiente.

Com o processo de globalização vem se conseguindo causar desigualdade social, esgotamento de recursos naturais e desastres ecológicos.

Tem-se como justificativa para a escolha deste tema a implementação de ações para prevenção de danos ambientais como a Chevron vem realizando uma vez que suas atividades envolvem risco com o manuseio de petróleo e derivados.

Os objetivos específicos são mostrar a importância das empresas terem consciência deste processo de responsabilidade ambiental e as estratégias utilizadas para preservação do meio ambiente.

A questão problema desta pesquisa é a forma com que grandes empresas, conduzem políticas para preservação do meio ambiente e se por meio dessas ações, podem ser vistas efetivamente, como organizações que são ambientalmente responsáveis.

Para refletir sobre essas questões aqui expostas, este estudo está dividido em duas partes. A primeira parte aborda o desenvolvimento sustentável, princípios de gestão ambiental e ações para minimizar os impactos ambientais.

A segunda parte é dedicada ao estudo de caso da empresa petrolífera Chevron. Nesta parte conta como uma série de desastres ambientais fez com que a organização mudasse a sua postura em relação ao meio ambiente. Essa nova postura se constitui em ações de preservação ambiental e uma busca incessante junto com a sociedade de novas formas de energia que poluam menos que os combustíveis fósseis, passaram a investir em prevenção e políticas de responsabilidade ambiental.

Por fim, na conclusão, são apresentadas reflexões, críticas e sugestões pautadas em toda a pesquisa desenvolvida, com ênfase na discussão de alguns tópicos considerados relevantes.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

Nesta parte teórica do presente trabalho serão abordados assuntos como: desenvolvimento sustentável, princípios de gestão ambiental e ações para minimizar os impactos ambientais e conceitos de meio ambiente, dano ambiental, responsabilidade sócio-ambiental.

2.1 Breve histórico

De acordo com a Comissão Interministerial (1991), os problemas ambientais, até a década de 70, não tinham valia para a imprensa brasileira, o que não pode ser atribuído, também, ao regime autoritário. Além da repressão imposta pelo estado, não existia por parte do meio social consciência acerca da preservação do meio ambiente.

Entende-se como meio ambiente:

um direito coletivo. Um direito que pertence a todos, e ao mesmo tempo a cada um, pois todos têm o direito de viver num meio circundante ecologicamente equilibrado, um habitat, que ainda seja natural, e que forneça ao homem a melhor qualidade de vida possível (LUIZ JUNIOR, 2005).

As questões relacionadas ao meio ambiente passam, então, a ganhar espaço em veículos de comunicação sendo apresentadas por meio, por exemplo, de debates e divulgação de problemas relacionados à degradação ambiental (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

Assim, após esse período de apatia por parte do estado e da sociedade, a educação ambiental tornou-se tema de relevância, ganhando cunho político. A democracia reconquistada lançou oportunidade da população reivindicar ações voltadas a preservação ambiental. Neste caminho, o ambientalismo tornou-se popular e deu origem a associações ambientalistas. É importante ressaltar que a maior contribuição sobre essa questão ambiental surgiu de entidades não governamentais partindo da própria sociedade civil (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

Nos anos 2000, muito se tem discutido sobre a preservação do meio ambiente. Diariamente a mídia em todos os pontos do mundo discute questões como as maneiras de amenizar o problema dos danos ambientais causados pela ação do homem. Toda essa mobilização torna conseqüente a busca incessante da conscientização da sociedade e organizações sobre a importância de um meio ambiente sadio (GODARD, 1997).

A responsabilidade ambiental torna-se necessária, pois os seres humanos precisam de um meio ambiente sadio e equilibrado para gerar uma sociedade que contribua com a qualidade de vida.

Ser ambientalmente responsável é fundamental e necessária a harmonização entre a degradação do meio ambiente e ações corretivas a serem empreendidas, além de análises centradas na disponibilidade de recursos para a satisfação das necessidades da produção e do consumo humano (GODARD, 1997). Contudo, para obter êxito nas ações desenvolvidas, torna-se indispensável, que o meio ambiente não seja visto somente como fonte de coações e de custos suplementares a serem assumidos, mas também como uma fonte de serviços imateriais e como um potencial de recursos naturais a serem mobilizados, visando o desenvolvimento econômico e social (GODARD, 1997).

Diante do exposto, fica notória que a participação do governo e da mídia na disseminação da informação acerca das questões ambientais fornecerá subsídios para a sociedade desenvolver consciência que resultará em responsabilidade social por parte da população.

2.2 O que é responsabilidade social

É importante ressaltar que responsabilidade social nada mais é, dentro de sua complexidade, que obrigação com a sociedade de maneiras diversas (DONAIRE, 1995).

Responsabilidade social é fundamentalmente um conceito ético que envolve mudanças nas condições de bem-estar e está ligada as dimensões sociais das atividades produtivas e suas ligações com a qualidade de vida na sociedade, Portanto, consubstancia-se na relação entre a empresa e seu ambiente de negócios (DONAIRE, 1995, p. 21).

A resistência empresarial, no que diz respeito à responsabilidade sócio-ambiental evidenciada nos anos 80, resume-se aos custos adicionais que tal ato geraria nas organizações. Empresários viam-se diante de situações para controle de poluição que interfeririam nos lucros da instituição, bem como no prejuízo das partes envolvidas (trabalhadores, acionistas e consumidores) (DEMAJOROVIC, 2003).

2.3 Desenvolvimento Sustentável

Neste sentido, Kraemer (2003) define responsabilidade social como:

A integração voluntária pelas empresas das preocupações sociais e ambientais nas suas atividades comerciais e nas suas relações com todas as partes. É complementar das soluções legislativas e contratuais a que as empresas estão ou podem vir a estar obrigadas e que se aplicam a questões como, por exemplo, o desenvolvimento da qualidade de emprego, a adequada informação, consulta e participação dos trabalhadores, bem como o respeito e a promoção dos direitos sociais e ambientais e a qualidade dos produtos e serviços.

Conforme abordado, em meados da década de 80, a questão ambiental foi alvo de uma grande ascensão, gerando dificuldades para os empresários. A partir de então, o discurso empresarial que enaltecia o papel exclusivo das empresas como fornecedoras da riqueza, encontrariam menos respaldo da sociedade. Ao mesmo tempo em que a mobilização em torno da questão ambiental multiplicava os debates sobre essa temática em diversos países, o setor público, por meio de suas agências ambientais aprimorava a regulação ambiental, convertendo os danos e as ameaças ao meio ambiente em custo direto para os negócios. Além disso, a exposição na mídia de tragédias provocadas por grandes empresas transformava alguns setores em alvos de protesto de grupos ambientalistas (DEMAJOROVIC, 2003).

É fundamental que haja, por parte das empresas, um desenvolvimento sustentável, “que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” CMMDA (1988, *apud* PETROBRÁS, 2007), e, para isso, é preciso que elas adotem uma nova postura em relação a questão ambiental.

É importante que o governo e a população exijam das organizações responsabilidade ambiental, valorizando aquela que se utiliza da preservação do meio ambiente para desenvolvimento de serviços e produtos.

Um novo modelo de desenvolvimento se mostra necessário uma vez que deve permitir uma total revisão das práticas atuais de incorporação do patrimônio natural que crie novas formas de organização social e novos padrões de consumo e produção. Para se conseguir um estilo de desenvolvimento ambiental sustentável é necessário haver uma solução para os graves desequilíbrios provocados pelas situações de pobreza e a grande diferença socioeconômica que caracterizam a sociedade brasileira (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

A introdução de novas maneiras de conduzir as questões relacionadas ao desenvolvimento econômico e a forma de exploração dos recursos naturais que são esgotáveis, torna-se necessária para que a população aprenda tomar frente de questões essenciais para a sobrevivência de gerações futuras. Assim, o modo de ação das organizações é alterado para que essa forma equivocada e insustentável de condução destes processos sejam cessados (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

2.4 Fatores importantes para o desenvolvimento sustentável

Para que haja um crescimento neste âmbito de desenvolvimento sustentável fica clara a necessidade de melhoramento de duas principais características dos países subdesenvolvidos que dificultam este processo: pobreza e política falha de participação e controle social de desenvolvimento (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

A seguir apresentar-se-á uma pirâmide, onde os aspectos evidenciados no texto são enfatizados por outro autor, mostrando assim a importância que tais aspectos têm para que se torne possível o alcance do desenvolvimento sustentável.

Elkington em 1997 enfatiza duas questões, consideradas fundamentais para uma atuação orientada para a sustentabilidade: a integração dos três componentes do desenvolvimento sustentável – crescimento econômico, equidade social e proteção ao meio ambiente, e a integração entre os aspectos de curto e longo prazo. (CMMDA, 1988, *apud* PETROBRÁS, 2007).



Figura 1 - Sustentabilidade corporativa segundo a abordagem *Triple Bottom Line*
 Fonte: (CMMDA, 1988 *apud* PETROBRÁS, 2007).

Neste contexto, fica evidenciada a dificuldade de se alcançar a sustentabilidade do patrimônio natural ligado ao crescimento econômico e social ideal (GIANSANTI, 1998). Para que essa sustentabilidade aconteça é necessário aliá-la à preservação dos recursos, por meio primeiramente da introdução de três objetivos essenciais.

Segundo Giansanti (1998, p. 53), são eles: “manutenção dos processos ecológicos essenciais e dos sistemas vitais, preservação da biodiversidade em todos os seus níveis e garantia da utilização sustentável das espécies e dos ecossistemas”.

Quanto mais se vivencia um período moderno, inovador em que as necessidades de avanço a cada momento são maiores, aumentando assim a exploração e a dificuldade das empresas de obterem seus lucros e serem ambientalmente responsáveis, neste ponto surge obstáculos para o seguimento das normas impostas pelo governo aonde entra também a dificuldade de se adaptar a novas estratégias preservação dos recursos naturais (GIANSANTI, 1998).

Todas as empresas querem ser admiradas pela sociedade, funcionários, fornecedores e investidores, uma vez que isso agrega valor a elas. O primeiro grande problema, segundo Kraemer (2004), é o desafio operacional. Uma empresa

responsável tem que pensar nas conseqüências que suas ações podem repercutir no meio ambiente, investir na comunidade, dar benefícios aos funcionários e ser transparente com os seus clientes. Não adianta preservar um rio e ao mesmo tempo poluir o ar, a empresa responsável segue todo um conjunto de ações. O grande desafio é fazer tudo isso e ainda ser competitiva no mercado.

Do fim dos anos 90 em diante, houve progressos surpreendentes na área de gerenciamento e relatório ambiental, mas o progresso mais recente ocorreu em relação a crescente compreensão dos desafios da sustentabilidade e o grande interesse dos consumidores por empresas com responsabilidade ambiental (KRAEMER, 2007).

Diante do exposto, para que esse desenvolvimento aconteça é necessário a criação de um novo estilo de desenvolvimento da qual tenha conseqüência de universalização do ingresso a educação básica com relação aos problemas ambientais. E necessário estender e fortalecer a formação dos profissionais dos mais diversos ramos (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

2.5 Dano ambiental – conceito

As políticas específicas devem diversificar de acordo com as particularidades de cada região, assim como a implementação de novas tecnologias que aumentem o aproveitamento dos recursos energéticos locais e também o desenvolvimento de novos produtos para os mercados interno e externo isso para prevenção dos danos ambientais causados pela ação do homem (COMISSÃO INTERMINISTERIAL, 1991).

Assim, define-se:

Dano como toda a ofensa a bens ou interesses alheios protegidos pela ordem jurídica. Meio ambiente é um bem jurídico, que pertence a todos os cidadãos indistintamente, podendo, desse modo, ser usufruído pela sociedade em geral. Contudo, toda a coletividade tem o dever jurídico de protegê-lo, o qual pode ser exercido pelo Ministério público, pelas associações, pelo próprio Estado e até mesmo por um cidadão.

O conceito de meio ambiente foi, primeiramente trazido pela Lei 6.938/81, no seu artigo 3º, I, conhecida como Lei de Política Nacional do Meio-Ambiente. Tal definição posteriormente foi recepcionada pela Constituição Federal de 1988, que, de acordo com o seu artigo 225, tutelou tanto o meio ambiente natural, como *o artificial, o cultural e o do trabalho, como pode ser constatado:*

Art. 225 - Todos tem direito ao meio-ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (LUIZ JUNIOR, 2005).

2.6 Princípios da gestão ambiental

E para que a sociedade não sofra ainda mais com os danos ambientais que já foram causados ao meio ambiente existem, princípios e estratégias que podem ser utilizadas para minimizar ao máximo os impactos causados ao meio ambiente.

No relatório da Comissão Mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento (ONU), ficou muito claro que a preservação ambiental é fundamental para a se atingir o Desenvolvimento Sustentado. Nesse sentido, a Câmara de Comércio Internacional (CCI), reconheceu que a proteção ambiental se inclui entre as principais prioridades a serem buscadas por qualquer tipo de negócio, com isso criou-se 16 princípios para Gestão Ambiental que, sob a visão das organizações, são essenciais para se atingir o Desenvolvimento Sustentável (DONAIRE, 1995):

- i. Prioridade Organizacional – Considera a questão ambiental é uma das prioridades da empresa e que ela é fator determinante para o Desenvolvimento Sustentável. Estabelecem ações que sejam adequadas ao meio ambiente.
- ii. Gestão Integrada – Todas as ações da empresa são integradas as práticas ambientais como elemento indispensável a administração.
- iii. Processo de Melhoria – Políticas para continuar melhorando na área tecnológica, científica e humana, tendo como ponto de partida as regulamentações ambientais.
- iv. Educação do Pessoal – Educar, treinar e motivar o pessoal para executar as suas tarefas com responsabilidade ambiental.
- v. Prioridade de Enfoque.- Fazer estudos ambientais antes de executar algum novo projeto ou abandonar alguma unidade produtiva.
- vi. Produtos e Serviços – Desenvolver produtos e serviços que não sejam agressivos ao meio ambiente, seguro ao consumo e utilização, eficiente no consumo de energia e matéria prima, que possam ser reciclado e armazenado de forma segura.

- vii. Orientação ao Consumidor - Orientar consumidores e distribuidores sobre o correto e seguro uso, transporte, armazenagem e descarte dos produtos produzidos.
- viii. Equipamentos e Operacionalização – Desenvolver máquinas e equipamentos levando em conta o uso eficiente de água, energia e matéria-prima.
- ix. Pesquisa – Conduzir ou apoiar pesquisas que estudem os impactos ambientais das matérias-primas, produtos, processos, emissões e resíduos associados ao processo produtivo da empresa.
- x. Enfoque Preventivo – Modificar o uso de produtos ou serviço e processos produtivos no sentido de prevenir as sérias e irreversíveis degradações do meio ambiente.
- xi. Fornecedores e Subcontratados – Promover a adoção dos princípios ambientais junto aos fornecedores, de modo que ele sejam uma extensão das normas utilizadas pela empresa.
- xii. Planos de Emergência – Desenvolver e manter, em áreas de risco, planos de emergência e equipe capaz de conter o incidente e prestar socorro.
- xiii. Transferência de Tecnologia – Contribuir na disseminação e transferência das tecnologias e métodos de gestão que sejam amigáveis a meio ambiente.
- xiv. Contribuição ao Esforço Comum – Contribuir em programas, iniciativas e desenvolvimento de políticas públicas e privadas.
- xv. Transparência de Atitude – Agir de forma transparente com a sociedade expondo os riscos potenciais e impactos das operações, produtos e serviços.
- xvi. Atendimento e Divulgação – Conduzir auditorias ambientais regulares e checar se a empresa cumpre os padrões estabelecidos na legislação. Prover informações apropriadas na Administração, acionistas, empregados, autoridades e o público em geral.

A política nacional para o ambiente consiste na estrutura estratégica pautada por princípios, diretrizes e sistemas de gestão, dos quais decorrem programas estratégicos de institucionalização compostos por: projetos, ações de curto prazo e recomendações institucionais. Esses elementos oferecem à nação, através de uma ação conjunta entre o estado e a sociedade, as condições necessárias à qualidade

de vida, assegurando ao país a disponibilidade institucional, legal e técnica necessária para (ALMEIDA, 2000):

- i. Realizar o desenvolvimento sócio-econômico.
- ii. Propiciar a diversificação de seus resultados.
- iii. Garantir a soberania da nação.
- iv. Efetuar a conservação e a reabilitação de seus recursos naturais e transformados.

2.7 Ações para minimizar os impactos ambientais

Os objetivos e metas a serem alcançadas pela organização devem ser planejados minimizando os impactos ambientais. Para que isso seja possível é necessário que algumas ações sejam realizadas antes da implementação ou execução do projeto (ALMEIDA, 2000):

- i. Pertinência aos aspectos e impactos ambientais;
- ii. Possibilidades de avaliação por indicadores numéricos;
- iii. Participação de todos os empregados pelo seu cumprimento;
- iv. Abrangência dos pontos de vista de todas as partes interessadas;
- v. Ao estabelecer os objetivos e metas ambientais, a empresa poderá associar indicadores para mensurar o desempenho ambiental específico.

Foram apresentados ao longo desta pesquisa algumas das possibilidades de melhoria, e como se vem realizando ações corretivas ao longo das décadas no que diz respeito à responsabilidade sócio-ambiental de forma geral, para finalizar esta parte do presente trabalho será apresentado de forma que fique evidenciado quais são os maiores obstáculos encontrados pelos países subdesenvolvidos para que se consiga obter resultados satisfatórios em relação à questão ambiental.

A situação atual dos países subdesenvolvidos, na situação econômica mundial, apresenta aspectos negativos, pois mostram questões que tornam sua inserção de difícil alcance devido a problemas econômicos, tendo grande parte de sua população em condições precárias o que dificulta e muito este processo de preservação ambiental (ALMEIDA, 2000).

Para que seja possível alcançar um nível satisfatório em relação à preservação ambiental essa questão citada acima é prioritária para países subdesenvolvidos. Sem que elas sejam pelo menos amenizadas será difícil atingir o desenvolvimento sustentável que parece ser a melhor forma de preservação do meio ambiente.

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desta pesquisa foi utilizado o método de abordagem dedutivo, método que partindo de teorias e leis, pode na maioria das vezes prever a ocorrência de fenômenos (LAKATOS, 1991). Os métodos de procedimento seriam etapas mais concretas da investigação, com finalidade mais restrita em termos de explicação geral dos fenômenos e menos abstratos (LAKATOS, 1991, p.106).

O método de procedimento utilizado foi o monográfico, método que parte do princípio de que o estudo em profundidade de um caso pode ser representativo de outros ou até de todos os casos semelhantes, ou seja, visa a obtenção de generalizações (LAKATOS, 1991).

O desenvolvimento do presente trabalho foi realizado por meio de pesquisas qualitativa, exploratória e bibliográfica.

Segundo Gil (2002, p.44), “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído, principalmente de livros e artigos científicos”.

A pesquisa bibliográfica buscou levantar os conceitos do tema em estudo com a finalidade de compará-los ao que foi observado na organização analisada.

Segundo Gil (2002, p.41), a pesquisa exploratória significa:

Proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Foi utilizado o estudo de caso da Chevron para ilustrar o tema em questão, a empresa citada precisou mudar radicalmente a sua conduta uma vez que a sua matéria prima é extraída da natureza. A empresa deixou de ver o meio ambiente simplesmente como uma fonte de matéria prima e passou a vê-lo como o ponto mais importante da sua operação, sendo necessário tomar medidas preventivas e adotar ações de responsabilidade ambiental. Essa mudança se deu por conta da cobrança

dos governos, da sociedade, da imprensa e do próprio mercado que reagem de forma extremamente hostil a cada acidente de grandes proporções ambientais.

4 O ESTUDO DE CASO

A organização escolhida para ilustrar tal realidade é uma das maiores empresas petrolíferas do mundo, a Chevron, instituição responsável socialmente pelo meio ambiente.

Com mais de 120 anos de história, a Chevron é a sexta maior petrolífera do mundo, composta, globalmente, por 25.700 postos de varejo em 90 países, representada pelas marcas Chevron, Texaco e Caltex. A organização, nascida em 1879, está presente em 180 países e é sediada em San Ramon, na Califórnia, Estados Unidos. Os negócios estão relacionados à exploração, produção e refina de petróleo e gás e emprega, atualmente, 53 mil pessoas (FANTINI, F; SERPA, F, 2006).

4.1 O dano ambiental causado pela organização

Vale ressaltar que anterior ao surgimento da responsabilidade sócio-ambiental a organização foi alvo de prejuízos significativos em razão da própria negligência em relação ao meio ambiente. Ao iniciar a operação de exploração na maior jazida dos Estados Unidos, em 1977, a região de Prudhoe, ligada ao oleoduto Trans-Alaska, sofreu, em média, 400 vazamentos por ano, derramando no ambiente 1,5 milhão de galões de óleo. Estas ações resultaram em bloqueio de dez anos do início das operações de Point Arguello, na Califórnia, jazida de maior reserva descoberta nos Estados Unidos desde 1968 (FANTINI, F; SERPA, F, 2006).

4.2 Responsabilidade sócio-ambiental

Preocupada com a necessidade de vivenciar a responsabilidade sócio-ambiental de maneira efetiva, a organização buscou um componente que fortalecesse e alinhasse a estratégia organizacional ao sucesso da instituição a longo prazo, esquivando-se de modismos passageiros (FANTINI, F; SERPA, F, 2006).

Dessa maneira, a Chevron desenvolveu uma política de preservação ambiental, que envolveu, além do corpo funcional, a sociedade.

A organização fez registrar em todas as peças de uso interno e de publicidade uma das visões e objetivos da empresa renascida: “Conquistar a admiração de todos os nossos acionistas, investidores, clientes, governos, comunidades locais e nossos colaboradores. Não somente para os objetivos que atingimos, mas também como eles são atingidos”.

A organização convidou um ambientalista de renome internacional, Jared Diamond, para visitar uma de suas instalações localizada em Papua, Nova Guiné, com o objetivo de analisar as práticas viáveis a realidade da instituição para a preservação do meio ambiente.

Nesta visita o ambientalista verificou que as regras ambientais da Chevron não eram para engambelar ecologistas, estava ali para serem obedecidas, pois duas falhas cometidas por ele foram imediatamente advertidas por um chefe de segurança do acampamento da Chevron. A primeira falha cometida por Diamond foi ter andado sem o capacete de segurança, item obrigatório em toda área do acampamento. A outra, e a mais perigosa, foi o fato de ter andado a pé no meio da estreita estrada, pois um acidente mais grave poderia ter causado derramamento de petróleo na área onde se localizava a jazida.

4.3 Políticas de preservação ambiental praticadas pela Chevron

A Chevron adotou uma política de ações voltadas diretamente para preservação ambiental antes e durante o processo de exploração como:

- i. Análise dos aspectos operacionais da atividade identificando fatores genéricos de impacto;
- ii. Estudo de sensibilidade ambiental baseado na análise das características ambientais específicas do local e em sua suscetibilidade aos fatores de impacto identificados;
- iii. Diretrizes para mitigar potenciais impactos identificados no estudo, como suporte para o futuro gerenciamento ambiental e planejamento das ações mitigadoras nas fases subseqüentes da implantação do projeto.
- iv. Plano de Comunicação Social: que informou à população sobre as atividades desenvolvidas pela TEXACO na região, oferecendo maiores detalhes do

- empreendimento e um canal de comunicação para eventuais problemas ocorridos;
- v. Plano de Educação Ambiental: dirigido às comunidades potencialmente atingidas e aos trabalhadores envolvidos com as atividades de perfuração, visando a divulgação das sensibilidades ambientais locais e da legislação de proteção a ser seguida;
 - vi. Plano de Desativação: que discriminou os cuidados a serem adotados com o meio ambiente por ocasião do término de suas atividades;
 - vii. Plano de Ação de Emergência para o controle de vazamentos acidentais de óleo: que teve por objetivo demonstrar o ordenamento das ações a serem adotadas em situações de emergência.

É uma organização com fins lucrativos. A empresa evidentemente decidiu que as políticas ambientais ajudariam a lucrar mais em suas operações. Diamond investigou o caso Chevron para mostrar como é possível gastar em campanhas e práticas de preservação ao meio ambiente e gerar mais lucro.

Diamond enfatiza que se gasta muito mais para se consertar estragos ao meio ambiente do que preveni-los, podendo assim, quando não realizada uma política ambiental, levar ao fechamento da empresa, pois o custo para se consertar estragos ao meio ambiente é altíssimo.

Ela pratica efetivamente a responsabilidade sócio-ambiental sendo possível correlacionar as ações da instituição com teorias expostas no embasamento teórico do presente trabalho.

Segundo Donaire (1995), entre os dezesseis princípios que são essenciais para uma gestão ambiental, a Chevron segue alguns deles, por exemplo: a gestão integrada, que consiste em todas as ações da empresa serem integradas as práticas ambientais como elemento indispensável a administração e o processo de melhoria que baseia-se em política para continuar melhorando a área tecnológica, científica e humana. A prioridade de enfoque, onde são realizados estudos antes de executar algum novo projeto ou abandonar alguma unidade produtiva e enfoque preventivo que consiste em modificar o uso de produtos ou serviços no sentido de prevenir as sérias e irreversíveis degradações do meio ambiente também são princípios adotados pela petrolífera.

A Chevron conduz essa questão ambiental sob uma ótica diferenciada, onde pouquíssimas organizações conseguem enxergar a responsabilidade ambiental como uma possibilidade de aumentar seus lucros e não como um obstáculo. Ao compartilhar da mesma idéia, autor Godard (1997) afirma que a responsabilidade social gera benefícios as organizações.

O campo de Kutubu, na Papa Nova Guiné, onde Diamond recebeu a advertência para obedecer às normas de segurança ambiental, foi projetado e criado para ser vitrine mundial dessa nova postura, mostrando nas comunicações públicas e na publicidade institucional as vantagens de antecipar o crescente rigor dos padrões governamentais. A imagem renovada rendeu vantagens muito antes do imaginado. A imagem e a marca de Kutubu foram decisivas para a Chevron ganhar as licitações de exploração das reservas do Mar do Norte, concedidas pelo governo da Dinamarca, país onde a preocupação ambiental, direitos humanos e ética são de grande valia.

A empresa foi uma das que desenvolveu e promoveu tecnologias que desmoralizam o estigma de que ser sócio-ambientalmente responsável é um gasto a fundo perdido. As perfurações de poços na diagonal em vez de vertical permitem agora uma concentração de máquinas numa região bem protegida, menos dejetos e menos clareiras abertas na mata.

4.5 A inovadora campanha criada pela organização

Uma recente campanha publicitária global da Chevron visa ampliar a consciência e estimular a discussão sobre desafios enfrentados pela indústria de energia, incluindo a demanda e a oferta, o papel das fontes de energia renováveis e a promessa de novas tecnologias. A instituição considera que todo o mundo deve estar envolvido no dialogo sobre o futuro da energia.

A campanha inclui o inovador *site* “*Will you join us?*”¹ (traduzido por “Você se juntaria a nós?”), que abriga um fórum de discussão para uma ampla faixa de pessoas: acionistas, clientes e a população interessada. Por exemplo, sobre o futuro da energia. O *site* muda os temas periodicamente e instiga os visitantes a deixarem

¹ www.willyoujoinus.com

suas opiniões em uma sala de mensagens controlada por moderadores independentes, convidados fora da empresa. O site traz também informações sobre:

- i. Demanda – Melhor economia, melhor vida. Como os consumidores vão lidar com a crescente demanda por energia.
- ii. População – Como se pode garantir que os recursos naturais não vão se esgotar para as necessidades básicas da população.
- iii. Meio ambiente – A fonte de recursos mais valiosa precisa de toda atenção.
- iv. Estoque – Fontes de energia estão sendo criadas para atender a crescente demanda mundial.
- v. Políticas mundiais – Cada vez mais os países estão ficando interdependentes de energia, e cada vez mais a cooperação entre eles está se fazendo necessária.

Essa campanha está no ar desde 2004, e tem como objetivo racionalizar o uso do petróleo e do gás. O foco da campanha é usar a energia humana para juntar pessoas e discutir assuntos reais. Desenvolver soluções para um mundo real.

O tom geral da campanha, que inclui anúncios em jornal, revistas e televisão, é dominado pelo impacto de uma afirmativa direta, seguida de uma dúvida inquietante. Por exemplo, numa página cinza, apenas duas linhas “O mundo consome 2 barris de petróleo para cada barril descoberto”. Abaixo, a questão: “Isso é uma coisa com a qual você deve se preocupar?”. Na página espelhada, um quadro de avisos com a seguinte mensagem: “Na verdade, está-se encontrando menos petróleo do que se está consumindo há 20 anos. A demanda está crescendo e as novas jazidas estão em lugares de acesso cada vez mais difícil; o tipo de óleo encontrado exige também refino cada vez mais custoso”. E o fecho: “A omissão não é uma opção. Mas se todo mundo trabalhar junto, podemos balancear essa equação. Estamos dando alguns passos para começar, mas precisamos da sua ajuda no resto do caminho”.

A Chevron propõe um debate amplo e aberto sobre o futuro energético do planeta. O destaque pode ser observado na forma como ela usa a Comunicação de Interesse Público. O caso evidencia que a Comunicação de Interesse Público deixou de ser um monopólio do Estado e que agentes privados como a Chevron também

podem exercê-la sem que os interesses corporativos se sobreponham ao interesse geral da sociedade.

O caso Chevron exemplifica o rompimento do modelo tradicional das campanhas com foco em responsabilidade social, no qual as empresas apresentam à opinião pública tudo aquilo que elas fazem em prol da sociedade como: geração de empregos, ações culturais, iniciativas comunitárias, entre outras. Nesse modelo, o beneficiário do esforço de comunicação é sempre a própria empresa, e não a sociedade. A Chevron exercitou a Comunicação de Interesse Público em sua plenitude ao lançar um debate sobre o futuro do uso da energia no planeta Terra, mostrando que são finitos os recursos energéticos e a necessidade urgente de se buscar alternativas. Nessa campanha inovadora, o principal beneficiário da comunicação não é Chevron, mas a sociedade e o cidadão.

Por meio da site *"Will you join us?"*², a Chevron coloca os consumidores como parceiros na busca de soluções energéticas, privilegiando o aspecto relacional da Comunicação de Interesse Público. Por meio de fóruns e debates, a empresa estabelece uma relação com seus consumidores, que exercem também seu papel de cidadão.

A Chevron é uma empresa capitalista que possui ações no mercado e, portanto vive de resultados. Os produtos que ela explora são os combustíveis fósseis, o petróleo e o gás, que ela alardeia em sua campanha que são combustíveis finitos e que num futuro não muito distante pode entrar em colapso devido a sua crescente demanda. Com essa iniciativa a Chevron incita os consumidores a buscar fontes de energia alternativas, que na verdade são concorrentes dos seus produtos, mas que a curto prazo não chegam a afetar o consumo dos combustíveis fósseis. O que intriga é que a médio prazo os investidores vão preferir investir em fontes de energia emergentes a investir em empresas que exploram um combustível que um dia irá acabar, é extremamente poluidor, gera guerras e a maior parte de suas reservas está situada em locais de instabilidade política.

Com essa campanha a Chevron, uma empresa que tem 120 anos, sinaliza que os seus planos para o seu próximo centenário são outros. A empresa que além da extração e refino de combustíveis fósseis possui uma ampla rede de

² www.willyoujoinus.com

distribuidores e postos vêm dando sinais que irá investir na produção de outra fonte de energia, que para aproveitar toda a sua estrutura seria o etanol. Com isso, ela continuaria produzindo o combustível e vendendo ao consumidor final usando apenas as suas empresas.

É possível observar que muitos dos fatores que foram expostos na teoria realmente acontecem na prática. Como por exemplo, fica claro que uma das grandes preocupações da Chevron, que é citado na teoria pela Comissão Interministerial (1991) é em relação aos recursos que são esgotáveis e, portanto, é necessário a busca por novos produtos que possam substituir os existentes investindo por exemplo em novas tecnologias.

Segundo Kraemer (2004) é justamente essa questão que a Chevron provou ser possível que se baseia em mudar todas as estratégias, investir em novas tecnologias, investir em funcionários e ainda conseguir ser competitiva.

No relatório da Comissão Mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento (ONU), ficou muito claro que a preservação ambiental é fundamental para atingir o Desenvolvimento Sustentado. Nesse sentido, a Câmara de Comércio Internacional (CCI), reconheceu que a proteção ambiental se inclui entre as principais prioridades a serem buscadas por qualquer tipo de negócio, com isso criaram-se 16 princípios para Gestão Ambiental que, sob a visão das organizações, são essenciais para se atingir o Desenvolvimento Sustentável.

A Chevron, segue alguns desses princípios como a gestão integrada, processo de melhoria, prioridade de enfoque e o enfoque preventivo. Fica claro que a Chevron é uma organização que se preocupa realmente com a preservação do meio ambiente e com a questão dos recursos naturais que são esgotáveis, realizando toda uma campanha que envolve a sociedade interessada no assunto, buscando uma solução para estes problemas relacionados ao meio ambiente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao refletir sobre a revisão bibliográfica e as questões levantadas na presente monografia, é possível inferir sobre a necessidade da responsabilidade sócio-ambiental no meio organizacional. Porém, cabe às organizações a busca e a construção incessante da eficácia do seu trabalho pautada em diferentes possibilidades de intervenção para atender as necessidades da organização, dos colaboradores e dos clientes preservando o meio.

Embora a questão da responsabilidade sócio-ambiental esteja em fase de desenvolvimento e adaptação das organizações, além de ser de difícil delimitação, é necessário, para o resgate de um meio ambiente equilibrado e sadio, que o entendimento e a compreensão sobre o tema se concretizem, ou seja, torne-se um processo vivencial nas organizações. Responsabilizar-se ambientalmente envolve questões que vão além dos relacionados a discursos organizacionais ou campanhas isoladas inseridas nas instituições. Envolve atitude, comportamento, valores e ética.

A conscientização da sociedade é necessária, pois a cobrança relacionada a políticas de preservação do meio ambiente é fator de pressão que só tem a ganhar espaço e as organizações que não se enquadrarem tendem a perder mercado.

O objetivo deste trabalho foi mostrar a importância das organizações serem ambientalmente responsáveis. Além deste, tem-se o objetivo de ilustrar o desenvolvimento sustentável e as estratégias que podem ser utilizadas para o alcance deste desafio. Esses objetivos foram alcançados, porém com uma importante limitação: tempo escasso que inviabiliza o estudo de outras organizações que valorizam este tipo de ação como um pré-requisito básico para o seu desenvolvimento.

Conclui-se, por fim, que o estudo de caso foi fundamental por ter sido um meio de discutir se a prática se assemelha ou não com a teoria, baseando-se no conhecimento teórico obtido. Em meio a toda essa discussão, é válido enfatizar que a organização não é a única responsável pelo meio ambiente.

Recomenda-se que se faça um estudo comparativo entre a Chevron e outras as organizações que são ambientalmente responsáveis.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Josimar; CAVALCANTE, Yara; MELLO, Cláudia. **Gestão ambiental.** Planejamento, avaliação e verificação. Rio de Janeiro: Thex, 2000.

CHEVRON. **Localização do bloco e caracterização das atividades desenvolvidas.** Disponível em: <http://www.chevrontexaco.com.br>. Acesso em: 04 maio 2007 às 14h.

COMISSÃO INTERMINISTERIAL. **O desafio do desenvolvimento sustentável.** Brasília: Cima, 1991.

DEMAJOROVIC, Jacques. **Sociedade de risco e responsabilidade sócio-ambiental.** Perspectivas para a educação corporativa. São Paulo: Senac, 2003.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa.** São Paulo: Atlas, 1995.

FANTINI, Flávio; SERPA, Flávio de Carvalho. A Chevron e o futuro da energia. In: COSTA, João Roberto Vieira da (Org.). **Comunicação de interesse público:** Idéias que movem pessoas e fazem um mundo melhor. São Paulo: Jaboticaba, 2006. p. 69-80.

GIANSANTI, Roberto. **O desafio do desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Atual, 1998.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

GODARD, Oliver. A gestão integrada dos recursos naturais. In: VIEIRA, Paulo Freire (Org.); WEBER, Jaques (org.). **Gestão de recursos naturais renováveis e desenvolvimento.** São Paulo: Cortez, 1997. p. 201 202.

JUNIOR, José Luiz. **Responsabilidade civil por danos ambientais.** Artigo, 2005. Disponível em <http://www.direitonet.com.br>. Acesso em 07 mar. 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia Científica.** São Paulo: Atlas, 1991.

PETROBRÁS. **Diretrizes de sustentabilidade.** Disponível em: <http://www.hotsitepetrobras.com.br>. Acesso em: 05 abril 2007 às 16h.

KRAEMER, Maria. **Responsabilidade social uma alavanca para a sustentabilidade.** Artigo, 2004. Disponível <http://www.gestaoambiental.com.br>. Acesso em 07 mar. 2007.