



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O QUE AS RELAÇÕES PÚBLICAS TÊM A VER COM ISO?¹

Laura Jane Vidal Bezerra - Professora do curso de Comunicação Social - Relações Públicas - da Universidade Federal do Amazonas (UA). Mestre em Ciências Ambientais pela UA.

RESUMO: “O que as Relações Públicas têm a ver com **Iso?**” é resultado de um estudo qualitativo realizado junto a quatro empresas do Distrito Industrial de Manaus, com o objetivo de evidenciar, a partir da identificação e análise de alguns dos instrumentos utilizados pelas empresas investigadas, no relacionamento com seus diversos segmentos de público, para difundir conceitos e valores ambientais, a estreita e pertinente relação entre a questão ambiental e a prática das atividades de Relações Públicas. Com idêntica finalidade, as normas ambientais da série ISO 14001 são comentadas em alguns de seus requisitos ou itens.

Introdução

Lago e Pádua (1984:85) referem-se às décadas de 60 e 70 como o marco da “*grande expansão no debate e na movimentação social em torno dos temas ecológicos*”. Se, até então, o termo ecologia era restrito aos meios acadêmico-científicos, caracterizado por uma concepção naturalizada do ambiente físico, dissociando-o dos seus constituintes sociais, o tema passou a despertar o interesse de todos, indistintamente. O fato é que, se vivenciamos um momento de preocupação e valorização ecológica, em nível mundial, isso resulta de um processo histórico produtivo marcado pela falta de interação humana com a natureza. Nesse contexto, os temas ecológicos, amplamente divulgados pelos veículos de comunicação, passaram a ocupar lugar de destaque, não apenas nos debates acadêmico-científicos, mas também, nas conversas informais, nos questionamentos das crianças, no marketing das empresas, entendido como marketing ecológico, na propaganda

1 Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

intermediada pelos veículos de comunicação massivos, nas telenovelas, nos programas e nos noticiários jornalísticos.

Targino (1995:1-2) diz que “*é impossível relegar a força da mídia como escola paralela, (o grifo é da autora), sobretudo no que tange às informações do cotidiano, refletindo toda a dinamicidade intrínseca ao contexto social*”. De fato, os veículos de comunicação, sensacionalismos à parte, têm cumprido sua função de interação, facilitando o acesso à diversidade de informações, possibilitando à sociedade uma compreensão e participação mais ativa sobre as questões ambientais. Em função disso, é cada vez maior o número de empresas que, pressionadas ou não pela opinião pública, sentem a necessidade de redimensionar sua prática produtiva, procurando atuar em equilíbrio com o meio ambiente, através da implementação de programas voltados para a defesa e preservação ambientais, da busca pela Certificação ISO 14001 e do cumprimento da legislação ambiental. O que as Relações Públicas têm a ver com **Iso**?



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O que as Relações Públicas têm a ver com “Iso”?

A atuação do profissional de Relações Públicas, desde o surgimento dessa atividade, tem estado notadamente vinculada aos interesses capitalistas. A idéia de que as Relações Públicas são uma via de mão dupla foi, durante muito tempo, uma grande falácia, dado que as mesmas têm sua origem e grande parte do seu desenvolvimento comprometidos com a burguesia. Por outro lado, como diz Peruzzo (1986) a própria dinamicidade social cria mecanismos de negação à situação de desigualdade social, através do engajamento de entidades não governamentais, religiosas, universitárias e dos cidadãos, nas lutas em defesa da vida dos interesses dos menos favorecidos, através, ainda, dos chamados movimentos sociais/populares, que resultam de ações coletivas pela busca de melhores condições de vida. Contudo, esses movimentos, para que possam adquirir uma maior efetividade e atuação, carecem do envolvimento de profissionais como assistentes sociais, pedagogos, advogados, médicos, dentistas etc., pois, cada um deles, contribuindo com seus conhecimentos específicos, pode enriquecer, significativamente, esse tipo de reivindicação social. É o caso, por exemplo, dos profissionais de Relações Públicas. No âmbito desses movimentos, vale destacar a atuação desse profissional, enquanto agente de transformação social, engajado e comprometido com a luta em defesa dos interesses populares. Essa nova interface das Relações Públicas, orientada por uma prática voluntária, evidencia seu amadurecimento profissional e sua atuação consciente e responsável, não mais atrelada aos interesses econômicos dos poderosos. No contexto organizacional, a prática de Relações Públicas também evidencia seu amadurecimento, sensibilizando os dirigentes empresariais quanto à responsabilidade social da organização perante o contexto no qual está inserida. Esta responsabilidade ultrapassa a mera obrigação, por parte da empresa em relação à produção de bens e serviços, geração de empregos, de riquezas, pagamento de impostos, respeito às leis de mercado, à legislação trabalhista, aos direitos do consumidor etc. Aqui e agora, o que prevalece é o entendimento do papel social da empresa, sua responsabilidade e contribuições para a melhoria da qualidade de vida.

1 Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“No passado, uma indústria química podia poluir o ar com a fumaça de suas fábricas e despejar produtos químicos nos rios e solos sem muita responsabilidade. Ela não estava deliberadamente tentando prejudicar o meio ambiente. Simplesmente estava tentando manter seus custos baixos”.
(Kotler, 1994:23-24).

Hoje em dia, isso simplesmente não funciona. Pensar e agir dessa forma é expor-se ao descrédito e pressão populares. Isso sem mencionar as possibilidades de multas e sanções legais, as dificuldades para obtenção de financiamentos, a exposição negativa na mídia, a represália por parte de clientes, fornecedores e acionistas, a carestia da reversão de processos produtivos e campanhas de opinião pública. Contrariamente, a adoção de uma política empresarial “verde” traz, como resultados, o reconhecimento e credibilidade da empresa perante seus diversos segmentos de público. *“As transformações de nossa época exigem mudanças de valores e atitudes na empresa”* (Rabaça e Barbosa, 1996:27). A busca orientada para os lucros é substituída por uma postura empresarial consciente, ética e responsável, orientada pelas preocupações de caráter sócio-ambiental, como qualidade de vida no trabalho e na comunidade onde a empresa atua. Surgem conceitos como empresa cidadã, cidadania corporativa, responsabilidade social, entre tantos outros. Corroborando esse entendimento, temos, ainda, a Certificação ISO 14001.

A ISO – *International Organization for Standardization* (Organização Internacional para Normalização) – é uma instituição não governamental, sediada em Genebra, na Suíça, atuante desde 1947, na criação de normas internacionais. Participam da ISO membros representantes das entidades normativas de todos os países a ela congregados.

1 Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A participação brasileira é feita através da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas – caracterizada como uma sociedade privada, sem fins lucrativos e, por ter sido uma das fundadores da ISO (1974), é considerada, junto àquele fórum, como membro “P”, isto é, detém poder de voto, garantindo, portanto, a representatividade do Brasil. A ABNT, criada desde 1940, tem como competência a elaboração de normas em diversos ramos de atividades, podendo efetuar a certificação de produtos e sistemas, dispondo do reconhecimento brasileiro, em nível governamental, como o Fórum Nacional de Normalização.

A ISO 14000 é um grupo, ou, de maneira mais simplificada, uma “família” de normas que têm como objetivo a integração e adequação das atividades produtivas ao desenvolvimento sustentável e à gestão ambiental, contribuindo, dessa forma, para a redução de impactos poluentes e, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade de vida. Como uma “família” de normas, a ISO 14000 apresenta alguns desdobramentos, cada um deles atendendo a um objetivo em todo esse processo de gestão ambiental. A ISO 14001 – Sistemas de Gestão Ambiental – Especificação de Diretrizes para Uso, como um dos desdobramentos dessa “família” de normas ambientais, estabelece requisitos, padrões e procedimentos para a implantação do Sistema de Gestão Ambiental, entendido como:

“(...) a parte do sistema de gestão global que inclui estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidade, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental”. (ABNT – NBR ISO 14001, 1996:4).



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A ISO 14001 propõe o estabelecimento e manutenção do sistema de gestão ambiental, através de alguns requisitos, sintetizados a seguir, como: planejamento, através do estabelecimento de objetivos e metas, determinação dos prazos, dos recursos e atribuição de responsabilidades, para o alcance desses objetivos e metas; a implementação e operação, através da definição de funções, autoridade e responsabilidade, disponibilização, por parte da empresa, dos recursos essenciais para a implementação e controle do sistema de gestão ambiental, produção de relatórios a fim de municiar os níveis decisórios das informações necessárias para o controle e análise crítica do sistema de gestão ambiental, capacitação/treinamento e programas de educação e conscientização ambientais, comunicação da política ambiental aos funcionários (comunicação interna entre os vários níveis e funções), manutenção de um fluxo de comunicação com as partes interessadas externas, controle documental, através da manutenção, atualização, identificação e fácil localização de todos os documentos relacionados à norma, estabelecimento e manutenção, análise e revisão constante de procedimentos para o atendimento e preparação a situações emergenciais e acidentais, bem como postura preventiva em relação aos danos ambientais daí decorrentes; verificação e ação corretiva, mediante a avaliação periódica e o acompanhamento constante do desempenho, dos procedimentos, operações, equipamentos, bem como do atendimento das normas legais e regulamentos pertinentes à legislação ambiental, determinação de responsabilidade e autoridade para o adequado tratamento de situações caracterizadas como fora da conformidade à política ambiental (investigação das não-conformidades), bem como a conseqüente adoção de medidas corretivas e, também, preventivas; análise crítica pela administração, desenvolvida periodicamente, em intervalos previamente determinados pelos níveis decisórios, no sentido de assegurar a conveniência, adequação e eficácia contínua do sistema de gestão ambiental, propondo, inclusive, alterações necessárias e eventuais em função dos aspectos observados.

O que as Relações Públicas têm a ver com **Iso**? Parece fácil, agora, responder a essa questão. Senão, vejamos: as normas da série ISO 14001 se referem à comunicação e, mais especificamente, às Relações Públicas, no item implementação e operação, ao fazer referência à capacitação/treinamento e programas de educação e conscientização

1 Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ambientais, comunicação da política ambiental aos funcionários (comunicação interna entre os vários níveis e funções), manutenção de um fluxo de comunicação com as partes interessadas externas, preparação a situações emergenciais e acidentais, postura preventiva em relação a possíveis danos ambientais, determinação de autoridade e responsabilidade para o adequado tratamento de situações fora da conformidade, avaliação constante e reajustes, caso necessários. Outro aspecto observado em relação à norma citada é a referência ao entendimento de público, através do termo “parte interessada”, caracterizado como *“indivíduo ou grupo interessado ou afetado pelo desempenho ambiental de uma organização”*. (ABNT – NBR 14001, 1964:4), devendo essa parte interessada, em nível interno e externo, ser comunicada e informada a respeito da política ambiental da empresa e das ações por ela desenvolvidas. Temos, aí, não apenas a ocorrência de termos específicos de Relações Públicas, mas, também, a recomendação de execução de atividades típicas dessa profissão. Diante de tudo o que foi exposto, só nos resta sintetizar com a seguinte afirmação: as Relações Públicas têm tudo a ver com **Iso!**



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Relações Públicas e responsabilidade ambiental no contexto empresarial de

Manaus

Em Manaus, a adoção de práticas ambientais pelas empresas, ainda que incipiente, já se evidencia como possível e real. Uma realidade que emerge de forma tímida, quando, no resto do mundo e do país, essa realidade se desenvolve através de procedimentos mais concretos e contínuos, haja vista os exemplos de empresas White Martins (RJ), Cimento Mauá (MG), Cervejaria Brahma (PR), Alcan Alumínio do Brasil (MG), Philips Componentes (SP) e tantas outras. A certificação das normas ambientais da série ISO 14001 também apresenta o mesmo quadro, conforme comprovam os resultados a seguir apresentados, os quais foram obtidos através da realização de visitas, aplicação de entrevistas estruturadas e coleta de alguns instrumentos junto às empresas investigadas, cuja seleção foi feita de forma aleatória simples. A aplicação das entrevistas foi desenvolvida a partir de um roteiro dividido em três seções de perguntas, contemplando, respectivamente, a identificação da empresa, a identificação do informante e a obtenção de dados relacionados à identificação dos instrumentos e/ou atividades de Relações Públicas, utilizados pelas empresas investigadas, bem como a periodicidades dos mesmos, responsáveis pela execução, objetivos pretendidos, a ocorrência ou não de problemas de ordem ambiental e possíveis conflitos com segmentos de público, atualização da empresa em relação à legislação ambiental, certificação ISO 14001 e os motivos para a busca dessa certificação.

MASA-Multibrás da Amazônia S/A – empresa associada ao Grupo Brasmotor, há 23 anos em Manaus, a MASA atua na transformação de plástico em produtos como painel frontal de aparelhos de ar condicionado, telhas, gabinetes para aparelhos de televisão e carcaças para telefone. Este último garantiu à Multibrás um diploma de honra ao mérito, como fornecedor exclusivo de plásticos para telefone, tendo, inclusive, seu principal cliente, a Equitel Norte, da divisão de telecomunicações da Siemens, recebido o Prêmio Nacional da Qualidade, considerado a mais importante premiação concedida a indústrias. Paralelo a isso, o sistema de cobertura PICC, telhas que a MASA produz e comercializa, recebeu, em março de 1999, junto com outras da categoria, o troféu “Rui Othake”, importante

1 Trabalho apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



premiação para o segmento empresarial de fabricação de produtos para a construção civil. As telhas PICC foram indicadas por quase 30 mil lojistas de material de construção civil, em todo o Brasil. O produto ficou classificado entre os três finalistas da categoria, de acordo com avaliação efetuada pela Price Waterhouse, empresa de auditoria. Como estratégia de marketing, mais especificamente, como promoção de incentivo às vendas, a MASA premiou um vendedor da loja São Joaquim Materiais de Construção, com um televisor de 29”, pela venda de 2.503 unidades (fonte: MultInformativo, jan. /abr., 1999).

É interessante ressaltar que, desde 1996, todas as unidades do grupo Brasmotor, no Brasil, já vêm se submetendo a uma avaliação com ênfase para os aspectos meio ambiente, segurança e saúde. Em 1999, de acordo com os dados obtidos através da aplicação da entrevista, a MASA estava em fase de implantação dos procedimentos, padrões e requisitos contemplados pela ISO 14001. Envolvidos nesse processo estavam todos os setores, desde a engenharia até o atendimento ao cliente, reunindo profissionais como psicólogos, engenheiros, técnicos em química, relações públicas (que, na época, ocupava o cargo de Chefe do Sistema de Qualidade), estagiários de engenharia ambiental, entre outros. A busca por essa Certificação foi motivada, principalmente, pela necessidade de atender às expectativas da acionista majoritária, a Whirlpool e demais acionistas. Além desse motivo, foram citados, ainda, a diminuição dos passivos ambientais da organização, eliminação de desperdícios quanto aos recursos naturais, contribuição para a conservação do meio ambiente e com seu desenvolvimento sustentável e conquista de novos mercados. Para se atualizar em relação à legislação de interesse direto ou indireto, a MASA estava adquirindo o *software Lex Ambiental*.

Entre os instrumentos utilizados no sentido de estimular e fomentar conceitos e valores ambientais, a MASA utilizava, naquele momento, um *outdoor* (na entrada da fábrica), com mensagens ambientais. Por ocasião da visita, a mensagem trazia informações sobre o total de água disponível no planeta, despertando a atenção para a importância do não desperdício desse recurso. Em nível interno, a empresa utilizava um *display* eletrônico (ou telão, de forma simplificada, uma variação do *display* convencional), localizado no refeitório, veiculando informações de caráter ambiental. Além disso, a MASA veicula o MultInformativo, de produção terceirizada, que, apesar da periodicidade mensal - indicada



por Rego (1987) e Kopplin e Ferrareto (1996) como uma das características da categoria jornal - pode ser classificado na categoria boletim, tendo em vista a identificação de algumas características de boletim como o número de páginas, entre duas ou quatro, a predominância de textos e do gênero jornalístico informativo, pouca variedade temática, predominância de duas cores, imediatismo das mensagens veiculadas. Vale ressaltar o caráter e o conteúdo institucionais das mensagens veiculadas pelo boletim, priorizando informações de interesse exclusivo da empresa, verticalizando, portanto a comunicação. Ainda, naquele momento, estava em fase de projeto a ampliação de outros instrumentos e atividades com prioridade para o segmento público interno, como revistas, jogos, gincanas, programas de educação ambiental, extensivos aos contratados, objetivando despertar a sensibilização ecológica e o conhecimento das responsabilidades ambientais de cada um, tanto na organização, quanto no âmbito familiar. A empresa evidenciava, desse modo, já naquele processo de implantação das normas e procedimentos da ISO 14001, a utilização e implementação de algumas atividades e instrumentos de comunicação dirigida interna, apesar de não ter sido feita qualquer referência à política ambiental ou ao sistema de gestão ambiental;

Sony da Amazônia Ltda. – indústria eletrônica de médio porte, instalada em Manaus há 22 anos, em atendimento à política mundial da empresa, estava, na época, empenhada na implantação, estabelecimento, cumprimento dos requisitos e procedimentos necessários à Certificação ISO 14001. Partindo do reconhecimento de *“que a proteção ambiental é uma das questões mais importantes da humanidade, e incorporando o respeito à natureza em suas atividades”* (extraído do folheto de política ambiental), a Sony tinha, já naquele momento, sua política ambiental definida, contemplando os seguintes aspectos: contribuição para o desenvolvimento sustentável e melhoria da qualidade de vida; busca da melhoria contínua do desempenho ambiental, através do estabelecimento e revisões periódicas de objetivos e metas voltados para a prevenção da poluição; consideração dos impactos como um elemento essencial para o desenvolvimento de novos projetos, produtos e processos; atendimento aos padrões e regulamentos ambientais estabelecidos pela legislação vigente no país; postura proativa na comunicação e no atendimento às preocupações ambientais das comunidades externa e interna, em relação aos produtos e



atividades da empresa; promoção de programas de treinamento e sensibilização (através de palestras sobre educação ambiental) junto aos funcionários, prestadores de serviços, fornecedores e escolas, utilizando instrumentos de comunicação dirigida como apostilas, cartilhas e áudio visuais. Como propostas de forma de prevenção à poluição, a Sony estava envolvida em atividades como: um projeto em parceria com a Universidade do Amazonas para a construção de uma estação de tratamento de efluentes; a instalação de uma central seletiva de resíduos, disponibilizando para todos os setores da empresa coletores individualizados de lixo por tipo, posteriormente encaminhados para a referida central seletiva, descontaminação das lâmpadas fluorescentes e reciclagem de óleos geradores. Na época da coleta desses dados, a empresa veiculava um manual produzido pelo setor de treinamento, com o objetivo de fixar sua política ambiental, de forma gradativa, mediante a apresentação de conceitos ambientais e de um pequeno histórico relativo ao surgimento das preocupações com o meio ambiente, mesclando tais informações com um razoável número de ilustrações em cores diversas.

Paralelo ao manual anteriormente comentado, a empresa utilizava, ainda, mais dois instrumentos, também identificados como manual: um intitulado “ISO 14001 – Sistemas de Gestão Ambiental” de boa qualidade do ponto de vista da comunicação, trazendo informações e conceitos básicos sobre meio ambiente, efeitos impactantes, relacionamento produtivo entre empresa e meio ambiente, curiosidades sobre o tempo de decomposição de resíduos sólidos e reciclagem, em linguagem simples e acessível, mesclada com ilustrações, também simples, mas, de boa qualidade; outro, denominado “Tudo o que você precisa saber sobre meio ambiente e sistema de gestão ambiental – ISO 14001”, veiculado, principalmente, em programas de treinamento para o segmento público interno, contendo informações relacionadas ao meio ambiente, sistema de gestão ambiental e ISO 14001, de maneira mais aprofundada, tanto do ponto de vista conceitual, quanto do ponto de vista histórico. Contudo, há ressalvas do ponto de vista da comunicação, considerando a composição do público alvo desses instrumentos de comunicação dirigida, formado, principalmente, pelos colaboradores internos, distribuídos desde os níveis mais baixos aos níveis decisórios da empresa e, considerando, ainda, a “novidade” dos conceitos trabalhados, pois, um deles, apesar de começar muito bem, introduzindo alguns conceitos



ambientais em linguagem acessível, mediante o estabelecimento de um diálogo com o receptor, através de frases interrogativas e suas conseqüentes respostas, não mantém este diálogo de forma constante ao longo do referido instrumento, deixando a desejar na adequada compreensão de alguns termos como “estação de tratamento de efluentes”, cuja gravura utilizada não permite ao receptor a devida associação com o termo. Outro aspecto a ser considerado se refere à publicação de três “manuais”, versando sobre a mesma temática, quando apenas um poderia ser muito bem projetado e produzido, atendendo aos mesmos objetivos organizacionais, gerando, inclusive, menos gastos. O manual, de acordo com as orientações de um dos pioneiros das Relações Públicas no Brasil, “*deve ser uma publicação simples no seu formato e conteúdo, escrito em linguagem sucinta, apresentando de modo claro e inteligente, as principais informações de interesse do funcionário*” (Andrade, 1980:59). O manual, portanto, deve ser produzido a partir do prévio conhecimento do segmento de público que se pretende alcançar, a fim de que a linguagem utilizada na transmissão das informações seja adequada às características desse segmento de público, facilitando a compreensão e, conseqüentemente, uma maior fixação das mensagens;

Gradiente Eletrônica S/A – Unidade Vídeo) – a Gradiente, atuando na produção de aparelhos eletrônicos como televisores, vídeo cassetes e filmadoras, estava, na época da coleta desses dados, em processo de implantação dos procedimentos e requisitos das normas da série ISO 14001. Partindo da importância e necessidade de um comprometimento com o meio ambiente, a empresa já tinha sua política ambiental definida, baseada no cumprimento da legislação e dos procedimentos do sistema de gestão ambiental, reciclagem e reaproveitamento máximos, dentro de suas possibilidades, minimização da produção de resíduos, racionalização no uso dos recursos naturais, estabelecimento de um plano de melhoria contínua, redução de impactos ambientais, cumprimento das metas estabelecidas, sensibilização dos funcionários em relação à preservação do meio ambiente e ao sistema de gestão ambiental.

De acordo com os dados obtidos, através da entrevista, a Gradiente, ainda que com periodicidade esporádica, já desenvolvia e implementava atividades e instrumentos (pelo menos junto ao segmento público interno) como cartilhas, apostilas, folhetos, palestras



com utilização de transparências, objetivando divulgar seu sistema de gestão e política ambientais, envolvendo os setores de Garantia da Qualidade e o de Serviço Social. Foram apontados, como motivos que levaram a empresa a buscar a Certificação ISO 14001, o entendimento do seu papel social na contribuição da melhoria das ações relacionadas ao meio ambiente, melhoria da qualidade de vida no planeta e o ganho de competitividade como resultado da melhoria da qualidade ambiental de processos, produtos e serviços.

Por ocasião da visita à referida empresa, observamos um quadro de aviso afixado nas dependências do setor de Garantia da Qualidade, localizado ao final de um longo corredor, depois de todos os demais setores da empresa e, portanto, restrito aos que ali trabalham ou aos que até ali se dirigem para tratar de algum assunto específico. Acrescente-se a isso, a produção “amadora” do quadro citado, bem como do folheto “informal” (termo usado pelo informante) de circulação interna. Havia, ainda um outro quadro de avisos (produzido pelo setor de Serviço Social) afixado em um local de maior circulação, veiculando informações como o volume de produção e vendas, muito mais relacionadas aos interesses da empresa, caracterizando a verticalização da comunicação. Sem querer desprestigiar a iniciativa e boa intenção dos profissionais e setores envolvidos (Garantia da Qualidade e Serviço Social), na produção daqueles instrumentos, é impossível não comentar o “amadorismo” presente nos mesmos: sem qualquer apelo visual que desperte a atenção e o interesse dos receptores, carregados de informações mal distribuídas no espaço disponível, evidenciando, não apenas o desconhecimento de técnicas específicas de comunicação, como também a ausência de um adequado planejamento gráfico. A “cartilha” distribuída aos funcionários é um conjunto de folhas de papel, xerocopiadas e grampeadas, que apresentam, na íntegra, o mesmo conteúdo transmitido nas palestras, através de transparências. A “cartilha”, de forma idêntica, evidencia o mesmo “amadorismo” observado no quadro de avisos e no folheto, caracterizando-se pela utilização de uma linguagem não muito acessível e desvinculada do repertório dos funcionários, ausência de gravuras, ilustrações ou qualquer tipo de apelo visual, além do excesso de informações, redundando em uma leitura desestimulante e cansativa e, o que é pior, as informações transmitidas não são fixadas e, portanto, os objetivos não são alcançados. Em relação às transparências é conveniente ressaltar a má utilização das mesmas, que apresentam os



mesmos aspectos observados nos instrumentos já comentados: excesso de informações, ausência de apelos visuais etc. As transparências, desde que adequadamente produzidas e utilizadas, constituem um excelente recurso visual, apresentando como vantagens maior facilidade perceptiva das informações transmitidas, reforçadas, inclusive, pelas ilustrações e gráficos, apresentação das mensagens de forma concreta, pois, as mesmas devem ser dispostas em tópicos, impressos em uma fonte grande que facilite a leitura, maior flexibilidade na apresentação das mensagens, em função da possibilidade de intercalar a ordem de exibição.

A ausência de um profissional ou estagiário de comunicação se justifica (de acordo com relato do informante) pelo fato de que é muito mais interessante, do ponto de vista financeiro da empresa, contratar um estagiário procedente de áreas como administração ou economia, com razoável conhecimento de marketing, de aspectos financeiros e, muitas vezes, de eletrônica, algo do tipo “bombрил” e treina-lo para o desempenho de uma série de atividades, que despender um tempo maior, sem perspectivas de resultado, treinando alguém da área de comunicação. A comunicação, portanto, não é vista como uma atividade importante e rentável, fato que justifica o “amadorismo” observado nos instrumentos analisados;

Xerox Comércio e Indústria Ltda. – a Xerox, atuando na fabricação e comercialização de fotocopiadoras e seus decorrentes suprimentos, partes e peças, caracterizada como empresa de grande porte, sediada em Manaus, há 15 anos, entre as quatro empresas investigadas, apresenta mais consistência em relação aos aspectos estudados. Na época de realização desta pesquisa, a empresa, juntamente com outras duas unidades brasileiras, sediadas em Itatiaia (RJ) e Simões Filho (BA), em atendimento à política ambiental da corporação, já possuía a Certificação ISO 14001. O processo de implantação das normas e procedimentos necessários à referida certificação das unidades brasileiras se desenvolveu durante 16 meses, período em que foram investidos US\$ 60 mil no Programa de Educação Ecológica, US\$ 300 mil em reciclagem de resíduos, US\$ 12 mil na certificação, US\$ 21 mil no Controle de Legislação Ambiental e US\$ 17 mil em consultoria (fonte: Meio Ambiente Industrial, nov.-dez., 1998). O programa de treinamento e conscientização do segmento público interno foi desenvolvido em duas etapas: a primeira, que priorizou a educação



ecológica, foi concluída em novembro de 98; a segunda, ainda em fase de desenvolvimento por ocasião deste estudo, através do programa “Eu impacto, tu impactas, nós impactamos”, tinha como prioridade a sensibilização dos funcionários em relação à responsabilidade ambiental de suas atividades cotidianas, tanto na empresa, quanto no contexto familiar. A ampliação dos níveis de consciência e responsabilidade ambiental dos funcionários, bem como a criação de uma imagem “verde” foram apontados como motivos para a busca da certificação ISO 14001.

No âmbito interno, o processo de integração de novos funcionários somente se efetiva, após a realização de um curso de educação ecológica. Paralelo a isso, o programa de educação ambiental é divulgado junto ao segmento público externo, alcançando os meios acadêmico, empresarial e comunitário. A unidade de Manaus, conforme dados obtidos através da entrevista, desenvolve palestras, programas de educação ecológica, debates e campanhas, junto a segmentos do público local como demais empresas, universidades, escolas, órgãos públicos e a comunidade como um todo, objetivando ampliar os níveis de consciência e definir valores como ética e responsabilidade ambiental, envolvendo profissionais identificados como Coordenador de Meio Ambiente e Facilitadores do Programa de Educação Ambiental (não houve qualquer referência a um profissional de Relações Públicas, muito embora a empresa execute atividades da área). Aliado a isso a Xerox promove eventos com temática ambiental, parcerias com órgãos ambientais, relação de parceria com enfoque para o meio ambiente, junto à comunidade do Igarapé do Franco, parceria com a Escola Agrícola, através da implantação da coleta seletiva dos resíduos da escola.

Neste estudo, foram coletados e analisados os seguintes instrumentos: “Reciclagem em Quadrinhos – a prática dos 3R: como praticar 3R (a redução, reutilização e reciclagem) e obter lucros para a sociedade, a empresa e as pessoas”, editado pela Casa da Qualidade (BA), uma espécie de manual em quadrinhos, apresentando, de forma criativa, bem ilustrada e em linguagem clara e acessível, a partir da exposição de situações comuns ao cotidiano das pessoas, noções básicas sobre lixo, 3R, coleta seletiva, desde o planejamento à implantação e monitoramento, propondo, ao final, a adesão do receptor ao compromisso ecológico, em casa, na escola e no trabalho, “como forma de sobrevivência e filosofia de



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

vida”; o adesivo da empresa, trazendo o *slogan* “Compromisso com a Vida” e um folheto, com o objetivo de sensibilizar o receptor quanto à responsabilidade que todos nós temos em relação ao meio ambiente, incentivando-o a causar um ótimo impacto, a partir do entendimento de que as atribuições do nosso cotidiano não nos permitem perceber os impactos produzidos por nossas atividades. O folheto apresenta, ainda, de forma criativa, a seguinte mensagem: *“Ao longo dos últimos anos, a Xerox vem acumulando uma experiência significativa na proteção do meio ambiente. Isso porque sempre entendemos que a vida não tem cópia, e que cabe a cada um de nós preservar o original”*.



Conclusão

Muito embora a realidade empresarial de Manaus, investigada e apresentada neste estudo, a partir da análise dos instrumentos de comunicação de quatro empresas locais, evidencie o caráter ainda emergente e incipiente da implantação de normas ambientais, bem como o “amadorismo” na execução de técnicas e instrumentos de Relações Públicas, longe de comprometer a pertinência dessa atividade profissional e seu estreito relacionamento com a temática ambiental e, mais especificamente, com as normas da série ISO 14001, enfatiza, tão somente, este entendimento. A fim de que não restem dúvidas, vale resgatar que tal entendimento encontra sua justificação e fundamentação em um dos requisitos solicitados pelas normas ambientais da série ISO 14001, que determina à empresa o estabelecimento e manutenção de um fluxo de comunicação entre a mesma e a parte interessada, ou seja, aquele indivíduo ou grupo, que pode ter seus interesses afetados pelas ações empresariais relativas ao meio ambiente. Paralelo a isso, deve-se acrescentar tantas outras atividades recomendadas pelas normas da série citada, como realização de programas e campanhas de educação e sensibilização ambiental, que tão somente reforçam o pertinente vínculo entre empresa, Relações Públicas e meio ambiente.

Por último, cabe questionar a utilização e execução inadequada e amadora das práticas de Relações Públicas. As razões para isso? O próprio desconhecimento das atividades ligadas à comunicação e, mais especificamente, às Relações Públicas, as quais, de certa forma, ainda não são encaradas com seriedade profissional e como investimento, com resultados rentáveis para as empresas, em termos de relacionamento com seus públicos. Diante disso, cabe aos profissionais da área a tomada de posições estratégicas, no sentido de conquistar o mercado de trabalho, contribuindo de forma mais atuante para o reconhecimento e valorização da categoria e para a melhoria da qualidade de vida!



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Bibliografia

- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR ISO 14001: sistema de gestão ambiental – especificação e diretrizes para uso. Rio de Janeiro: ABNT, 1996.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Curso de Relações Públicas. São Paulo: Atlas, 1980.
- KOPPLIN, Elisa, FERRARETO, Luiz A. Assessoria de imprensa: teoria e prática. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto, 1996.
- KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1994.
- LAGO, Antônio, PÁDUA, José Augusto. O que é ecologia. São Paulo: Brasiliense, 1984. (Coleção Primeiros Passos).
- Meio Ambiente Industrial. São Paulo: Editora Tocalino Ltda., v. 3, n. 17, mar./abr., 1999, 18 ed.
- PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Relações Públicas no modo de produção capitalista. São Paulo: Summus, 1986.
- RABAÇA, Carlos Alberto, BARBOSA, Gustavo. Marketing: segredos e estratégias. São Paulo: Saraiva, 1996.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Jornalismo empresarial: teoria e prática. São Paulo: Summus, 1987.
- TARGINO, Maria das Graças, Informação ambiental: uma prioridade nacional? XVIII INTERCOM - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Sergipe: UFS – Universidade Federal de Sergipe, 1995.