



O texto e o contexto de Responsabilidade Socioambiental na Universidade Federal do Amazonas¹

Mariana Dinelly de Castro ²

Luiza Elayne Azevedo Luíndia³

Universidade Federal do Amazonas

Resumo

Este trabalho apresenta uma abordagem acerca do posicionamento socioambiental responsável da Universidade Federal do Amazonas - Ufam ao buscar identificar elementos característicos, pontuando e ponderando sobre ações que definam essa tendência em ascensão no cenário social. Pretende-se se questionar como a universidade que se encontra num fragmento de floresta urbana pode desenvolver e programar ações no contexto da responsabilidade socioambiental visando construir uma imagem positiva perante a opinião pública no geral. Os argumentos apresentados se baseiam em pesquisas bibliográficas que discorrem sobre o tema Responsabilidade Socioambiental, e posteriormente embasam-se nos dados levantados através de estudo de caso realizado na Instituição de Ensino Superior.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental; Universidade; Estratégias; Comunicação.

Introdução

O termo Responsabilidade Socioambiental se torna cada vez mais presente e característico da atual sociedade, que se interconecta através da grande teia que forma a

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Relações Públicas do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Graduanda em Relações Públicas, quinto período do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas – Ufam -. Bolsista do Programa de Educação Tutorial de Comunicação – PETCom. Membro do Grupo de Pesquisa e Estudos em Comunicação Social – GEPECS - E.mail: maridinelly@gmail.com

³ Dr.^a em Ciências Sócio Ambiental, jornalista, professora titular do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas – Ufam -. Tutora do Programa de Educação Tutorial de Comunicação Social – PETCom. Líder do GEPECS. E. mail: luindia@ufam.edu.br



aldeia na qual nos ambientamos. A agilidade e facilidade de difusão da informação, dentre outras coisas acabaram por tornar o comportamento socioresponsável uma tendência, algo irrefutável, comentado e no qual se debruçam pesquisas e projetos.

Enfim, Responsabilidade Socioambiental tornou-se uma disposição cada vez mais em ascensão não só no meio acadêmico, como na sociedade em geral que vem modificando nos últimos tempos sua forma de interpretar informações e consumir produtos, passando a inserir a atitude socioresponsável aos parâmetros de avaliação, ou seja, observando não só credibilidade, representatividade, valor agregado e etc.

Portanto, torna-se imprescindível uma maior investigação deste termo cada vez mais usado pela mídia, pelos chefes de estado e pela sociedade como um todo. Porém, pretende-se modificar o eixo de análise para o contexto da universidade, pois, esta enquanto centro formador de opinião deve caracterizar-se não só como instrumento difusor de idéias responsáveis e éticas como praticante das mesmas.

Através do estudo pretende-se demonstrar se a Ufam possui práticas sustentáveis e/ou se interfere na estrutura ambiental. Propõe-se que a pesquisa seja desenvolvida a partir de um levantamento bibliográfico e posterior estudo de caso.

Contexto da Responsabilidade Socioambiental

Analisemos *a priori* o termo Responsabilidade epistemologicamente, afirmando que enquanto palavra originada do latim *respondere*, significa responder; segundo o Michaelis, o termo Responsabilidade faz referência àquele que responde por seus atos ou de terceiros, que satisfaz os seus compromissos ou de outros. No contexto estrutural e prático de Responsabilidade no cenário socioambiental definiu-se como uma forma diferenciada de condução de negócios e desenvolvimento estratégico, objetivando obter uma sociedade mais limpa e justa. (2002, p.676)

O termo “Responsabilidade Social” implica consequentemente na responsabilidade com o Ambiente, assim como “Desenvolvimento Sustentável” e demais termos, vem passando nos últimos anos por um processo de popularização através da mídia.

Bueno adota o seguinte conceito:



Responsabilidade Social é o exercício planejado e sistemático de ações, estratégias e a implementação de canais de relacionamentos entre uma organização, seus públicos de interesse e a própria sociedade no sentido de:

- a) Contribuir para o desenvolvimento social, pelo respeito ao ser humano independente de suas opiniões e crenças, pela valorização da diversidade cultural e pela defesa irrestrita da liberdade de pensamento e expressão;
 - b) Propiciar condições ideais de trabalho para os seus colaboradores além de remuneração justa, capacitação profissional, realização pessoal e estímulo ao diálogo e à participação no processo de tomada de decisão.
 - c) Assumir a transparência e a ética como atributos fundamentais, tomando o interesse coletivo como a referência maior na condução dos negócios;
 - d) Preservar o meio ambiente, privilegiando a gestão de recursos e da oferta de produtos não agressivos à natureza.
- (2006)

Sabe-se que a ética é o alicerce da responsabilidade social a qual se definem dentro dos princípios e valores que caracterizam as organizações, portanto tende a esperar que haja uma coerência entre o que se diz e o que se faz acerca do desenvolvimento baseado no socialmente responsável.

Pautado neste ideal de responsabilidade, honestidade e transparência em relação à sociedade, Oded Grajew⁴ “foi um dos catalisadores do movimento em prol da responsabilidade social no Brasil” e também um dos idealizadores do Fórum Social Mundial. O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social⁵ é também fruto da iniciativa de Grajew em desenvolver uma conscientização acerca deste tema.

Segundo Grajew, responsabilidade social se trata de um conceito que deve ser compreendido como um “compromisso de cada um com a qualidade de vida, com a preservação da natureza e com uma sociedade mais justa”. E diante do ambiente sócio, econômico e político atual é perceptível a necessidade de reestruturação estratégica de posicionamento e ideais das organizações.

Para tanto, buscando compreender essas e outras inquietudes em relação à temática, desenvolvamos uma análise crítica a partir de seu conceito e de suas reais práticas no interior das estruturas sociais.

⁴ Presidente do Instituto Ethos e membro do conselho de administração da Fundação Abrinq pelos direitos da Criança;

⁵ Organização sem fins lucrativos, caracterizada como Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público). Sua missão é mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.



Segundo Peter Wright, Mark J. Kroll e John Parnell (2000), citados por Kunsh (2003) a responsabilidade social refere-se à expectativa de que as empresas ajam de acordo com os interesses públicos. Sem dúvida, sempre se esperou que as empresas oferecessem empregos para as pessoas e bens e serviços aos clientes. Mas a responsabilidade implica mais que isso.

Ainda conforme a autora, hoje em dia, a sociedade espera que as empresas a preservar o ambiente, vendam produtos seguros, tratem bem seus funcionários com igualdade, sejam verdadeiras com seus clientes e, em alguns casos, cheguem até mais longe, oferecendo treinamento aos desempregados, contribuindo para a educação e as artes e ajudando a revitalizar áreas urbanas onde há também as concentrações e favelas.

Comunicação em Texto e Contexto

Aprofundando-se nas definidas práticas de responsabilidade social nas organizações, não podemos deixar de analisar a relação que há na disseminação dos ideais socialmente responsáveis e os aparatos comunicacionais, desenvolvidos através de estratégias a fim de constituírem uma imagem perante a opinião pública, visto que de acordo com essa nova tendência social e, principalmente mercadológica, a postura das organizações deve apresentar uma releitura dos seus objetivos e valores.

No que se refere ao profissional de Relações Públicas, que por definição tem suas atividades intimamente ligadas ao cenário organizacional, como responsável pela manutenção da boa relação das organizações com seus públicos, processo ocorrido que através de ações sociais, pautados na ética a fim de projetar as organizações de forma coerente e, ao mesmo tempo, fortalecer sua imagem institucional, assim como legitimando sua marca.

Pode-se inferir que responsabilidade social está intrínseca às ações de Relações Públicas, apesar de que um dos desafios seria descaracterizar as ações sociais como filantropia e, desse modo, construí-las em um novo papel de construção de cidadania.

O referido processo advém de um conceito de socialmente responsável é preciso que se exerçam atividades co-participativas, pró-ativas e não paliativas. O comprometimento das organizações nessas ações apresenta-se hoje como fator de construção de sua imagem perante a opinião pública.

Sendo assim, o profissional de Relações Públicas tende a atuar na legitimação da marca da organização através da construção de uma cultura de responsabilidade social.



E principalmente, o mesmo deve se dedicar a estabelecer um elo de interesse recíproco, onde o discurso e as ações da organização apresentem coerência, através da transparência, da ética e buscando disseminar e multiplicar iniciativas.

Vale ressaltar, que essa modificação na postura das organizações além de servir para conferir credibilidade à imagem institucional, corrobora para que conflitos ambientais e sociais possam ser evitados através dessas praticas sustentáveis.

Enfim, no cenário atual da sociedade se apresenta a necessidade de se aliar desenvolvimento a causas ambientais, com seriedade e respeito, pois é o que a sociedade, cada dia mais consciente e crítica a esse respeito, espera e cobra de seus representantes e das organizações. O que se busca é um comprometimento real com as causas sociais, não apenas para obter status e agregar valores a marca. Responsabilidade Social não é modismo é compromisso com a sociedade.

No entanto, para Andrade (2008), os paradoxos entre o que se entende como sustentável e o que realmente se faz para chegar a esse fim estão às vistas dos mais atentos.

Para tanto, pretende-se contexto analisar a Ufam a partir dos indicadores estabelecidos pelo Instituto Ethos, a seguir enumerados: 1. Gerenciamento de Impacto ambiental. O mesmo se dirige às seguintes categorias: Sustentabilidade da Economia Florestal; Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços; Minimização de Entradas e Saídas de Materiais; Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental; Educação e Conscientização Ambiental.

Sustentabilidade da Economia Florestal

A organização deve criar um sistema de gestão que assegure que ela não contribui com a exploração predatória e ilegal de nossas florestas. Alguns produtos utilizados no dia-a-dia em escritórios e fábricas como papel, embalagens, lápis, dentre outros têm uma relação direta com este tema e isso nem sempre fica claro para as organizações. Outros materiais como madeiras para construção civil e para móveis, óleos, ervas e frutas utilizadas na fabricação de medicamentos, cosméticos, alimentos e outros devem ter a garantia de que são produtos florestais extraídos legalmente contribuindo assim para o combate à corrupção neste campo.



Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida de Produtos e Serviços

Um critério importante para uma organização consciente de sua responsabilidade ambiental é um relacionamento ético e dinâmico com os órgãos de fiscalização, com vistas à melhoria do sistema de proteção ambiental.

A conscientização ambiental é base para uma atuação pró-ativa na defesa do meio ambiente, que deve ser acompanhada pela disseminação dos conhecimentos e intenções de proteção e prevenção ambiental para toda a empresa, a cadeia produtiva e a comunidade.

A conscientização ambiental deve ser balizada por padrões nacionais e internacionais de proteção ambiental (ex.: ISO 14.000). Entre as principais saídas do processo produtivo estão as mercadorias, suas embalagens e os materiais não utilizados, convertidos em potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo. São aspectos importantes na redução do impacto ambiental o desenvolvimento e a utilização de insumos, produtos e embalagens recicláveis ou biodegradáveis e a redução da poluição gerada. No caso desta última, também se inclui na avaliação a atitude da empresa na reciclagem dos compostos e refugos originados em suas operações.

Minimização de Entradas e Saídas de Materiais

Uma das formas de atuação ambientalmente responsável da organização é o cuidado com as entradas de seu processo produtivo, estando entre os principais parâmetros, comuns a todas as organizações, a utilização de energia, de água e de insumos necessários para a produção/prestação de serviços. A redução do consumo de energia, água e insumos leva à conseqüente redução do impacto ambiental necessário para obtê-los. Entre as principais saídas do processo produtivo estão as mercadorias, suas embalagens e os materiais não utilizados, convertidos em potenciais agentes poluidores do ar, da água e do solo.

Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental



Como decorrência da conscientização ambiental, a organização deve buscar desenvolver projetos e investimentos visando à compensação ambiental pelo uso de recursos naturais e pelo impacto causado por suas atividades. Deve organizar sua estrutura interna de maneira que o meio ambiente não seja um tema isolado, mas que permeie todas as áreas da organização, sendo considerado a cada atividade, processo ou serviço que a organização desenvolve ou planeja desenvolver.

Isto evita riscos futuros e permite à organização, além de reduzir custos, aprimorar processos e explorar novos negócios voltados para a sustentabilidade ambiental, melhorando sua inserção no mercado.

Educação e Conscientização Ambiental

Cabe à organização ambientalmente responsável apoiar e desenvolver campanhas, projetos e programas educativos voltados para seus colaboradores, para a comunidade e para públicos mais amplos, além de envolver-se em iniciativas de fortalecimento da educação ambiental no âmbito da sociedade como um todo.

Estudo de Caso

A Instituição

A Universidade Federal do Amazonas é a primeira universidade brasileira, pois, se originou da Escola Universitária de Manaós, criada em 1909, sendo a Faculdade de Direito o elo entre esses dois momentos históricos. Esse fato foi registrado, em 1995, no Guinness Book de Recordes.

A Universidade do Amazonas foi criada pela Lei Federal nº.4.069 – A, assinada pelo presidente João Goulart, em 12 de 1962, mas só se instalou como Fundação de Direito Públicos mantida pela união em 17 de janeiro de 1965. O autor do Projeto de Lei foi o então deputado federal Arthur Virgílio do Carmo Ribeiro Filho.

Constituída atualmente por 19 unidades de ensino, entre institutos, faculdades e uma escola, sua estrutura incorporou de início a Faculdade de Direito, remanescente da Universidade de Manaós, e as faculdades de Ciências Econômicas e de Filosofia,



Ciências e Letras, unidades isoladas de ensino superior, criadas e mantidas pelo Estado. À estrutura juntou-se também, por doação do desembargador André Vidal de Araújo, o patrimônio da Escola de Serviço Social de Manaus, anteriormente mantida pela Fundação Sesp, do Ministério da Saúde.

Missão e Visão

A Universidade Federal do Amazonas tem como principal missão cultivar o saber em todas as áreas de conhecimento por meio do ensino, da pesquisa e da extensão, contribuindo para a formação de cidadãos e o desenvolvimento da Amazônia.

Tem como valores:

- Reconhecimento da excelência alcançada no ensino público, na produção científica e na contribuição para o desenvolvimento social;
- Infraestrutura adequada para a missão;
- Gerenciamento eficaz apoiado por informações dos processos administrativos, acadêmicos e técnicos.

Ensino, Pesquisa e Extensão

Com a maioria de suas unidades administrativas e de ensino instaladas no Campus Universitário, a Universidade oferece atualmente 96 cursos de graduação e 39 de pós-graduação *stricto sensu* credenciados pela Capes. São ao todo 31 cursos de mestrado e 8 de Doutorado. Em nível de Pós-Graduação *Lato sensu*, são mais de 30 os cursos oferecidos anualmente. No que se refere à Extensão⁶, são mais de 600 projetos que beneficiam diretamente a população e 17 grandes programas extensionistas, sendo os seguintes:

1. Programa “Atividade Curricular de Extensão - ACE”
2. Programa “Universidade sem Fronteiras”
3. Programa Inter-Ação
4. Programa Puraquequara

⁶ A extensão é um processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre a universidade e a sociedade. (FORPROEX, 1987).



5. Programa “Pyrá”
6. Programa “Tupé”
7. Programa “Comunidades Ribeirinhas de Benjamin Constant”
8. Programa “Encontro”
9. Programa “Pé-de-Pincha”
10. Programa “Atividades Motoras para Deficientes”
11. Programa “Idoso Feliz Participa Sempre - Universidade na 3ª Idade ADULTA”
12. Programa “Atenção à Saúde do Idoso (PROASI)”
13. Programa “Universidade Campeã”
14. Programa “Talentos UFAM no Mercado de Trabalho”
15. Programa “Estação Casa da Física”
16. Programa “Unitrabalho”
17. Programa “Conexões de Saberes: Diálogos entre a Universidade e as Comunidades Populares” (SECAD/MEC)

Comunicação, Cultura, Direitos Humanos e Justiça, Educação, Saúde, Tecnologia e Produção, Meio Ambiente e Trabalho são as áreas temáticas com as quais se trabalha no norteamento das atividades de extensão desenvolvidas na Ufam.

Área Verde e Projeto Arquitetônico

A área do campus universitário - 6,7 milhões de metros quadrados - a torna o terceiro maior fragmento verde em área urbana do mundo e o primeiro do país. Nela são encontradas várias espécies da fauna - como preguiças, pacas, sauins-de-coleira - e da flora, em meio a uma grande porção de mata virgem. A área construída corresponde a cerca de 35% do projeto arquitetônico original, de autoria do arquiteto Severiano Mário Porto, que lhe rendeu menção honrosa, em 1987, do Instituto dos Arquitetos do Brasil (IAB/RJ).

Comentários e sugestões

Analisando-se as atividades direcionada aos públicos externos da Ufam, na forma de projetos extensionistas demonstra a intenção responsável socialmente, visto que, não há razões assistencialistas ou até mesmo filantrópica, mas sim, um compromisso real da universidade enquanto instituição que como muitas gera excedentes, impactando de alguma forma na comunidade, ou melhor, sociedade como um todo na qual está inserido.



Entende-se que a Universidade Federal do Amazonas apresenta aspectos coerentes no que se refere à responsabilidade social, respondendo como que se espera da mesma. Suas atividades de extensão são direcionadas aos mais diversos públicos.

Porém, é importante que se implante dentro do universo da Ufam, enquanto instituição, ações direcionadas aos impactos ambientais ocasionados por sua existência, pois, ainda que se saiba que a sensibilização e conscientização ambiental é um dos nortes de muitos dos 600 projetos de extensão desenvolvidos pela instituição.

Torna-se importante inferir que a atitude responsável ambientalmente abranja mais do que um conceito a ser difundido e sim uma atitude que deve ser tomada e considerada no seu processo de gestão. Especificamente, no que tange aos resíduos gerados pelas atividades desenvolvidas na universidade, ou seja, acredita-se que a adoção de uma política de minimização de entradas e saídas de materiais seja uma forma adequada de se dar início a uma fase prática e não mais teórica, de responsabilidade socioambiental.

No caso, a política do “faz o que eu digo, mas não faça o que eu faço”, seria deixada de lado, sugerindo a partir daí maior credibilidade aos ideais difundidos na universidade, no que se refere à sustentabilidade.

Adequar-se aos processos de reciclagem de material passando a utilizar lixeiras seletivas para separar seus materiais, assim como desenvolver campanhas direcionadas ao seu público interno, como uma maneira de demonstrar compromisso com o meio ambiente, tendo em vista a necessidade característica desse momento na sociedade como todo, principalmente quando se tem em questão a preservação da Amazônia.

Considerações

Nos últimos anos a responsabilidade social vem despontando como um dos temas mais trabalhados. A preocupação com os impactos das ações do homem refletidas no ambiente no qual estamos, abrange o campo organizacional mais do que antes, visto que nos dias de hoje as organizações tendem a implementar ações responsáveis social e ambientalmente, mais por necessidade do que mercado e muito menos por questão de cultura organizacional.



O bombardeio de informações suscitado pelas características de agilidade e facilidade da sociedade atual interligada pela grande rede, que é a internet, culminou numa modificação do perfil do consumidor, ou melhor, dos cidadãos, que cada vez mais interessados e participantes nos processos pontuais as organizações exigem um posicionamento coerente com o que se espera das instituições.

A gestão socioambientalmente responsável, portanto passou de uma tendência a uma exigência nítida da sociedade como um todo. Nesse contexto a Universidade Federal do Amazonas, de acordo com estudo explanado anteriormente enquadra-se parcialmente nesse perfil de organização socioambientalmente responsável.

O perfil muitas vezes filantrópico de algumas instituições apresenta-se como uma medida paliativa a fim de se enquadrarem no papel de sustentável, no entanto, são casos isolados, pois, o comprometimento com a sociedade e o meio ambiente está sim caracterizando da sociedade com a conduta dos cidadãos conscientes.

Enfim, o que se tem no cenário atual da sociedade é a necessidade de se aliar desenvolvimento a causas ambientais, com seriedade e respeito, pois, é o que a sociedade, cada dia mais consciente e critica a esse respeito, espera e cobra de seus representantes e das organizações. O que se quer é um comprometimento real com as causas sociais, não apenas para obter *status* e agregar valores a marca. Responsabilidade Social não é modismo é compromisso com a sociedade.

Referências

ACERVO DE DOCUMENTAÇÃO DO MUSEU AMAZÔNICO;

ARQUIVO DA UNIVERSIDADE DE MANÓS – Universidade do Amazonas/ Associação Comercial do Amazonas. Manaus: Imprensa Universitária, 1989;

Anuário Unesco/ Metodista de Comunicação Regional/Catédra Unesco de Comunicação para o desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo. Vol.1, n.1 (set.1997). São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1997;

BRITO, R.M. Da Escola Universitária Livre de Manaós à Universidade Federal do Amazonas- 95 anos Construindo Conhecimento – Manaus: Edua, 2004;



_____. **100 anos UFAM** – Manaus: Edua, 2009;

Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades, v.III.

São Paulo: Peirópolis: 2004. Vários autores;

KUNSCH, M.M. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. Ed. Revista, atualizada e ampliada – São Paulo: Summus, 2003;

MICHAELLIS: dicionário de língua portuguesa. – São Paulo: Editora Melhoramentos, 2002. – (Dicionários Michaelis)

Internet

BUENO, W.C. **Empresas “meio cidadãos”, a aberração de um conceito**. Disponível em: <http://www.contexto.com.br/artigos_rs_cers.html>. Acesso em: 19/8/2006

_____. **Comunicação Empresarial e Responsabilidade Social**. Disponível em: <http://www.contexto.com.br/artigos_rs_cers.html> Acesso em: 19/8/2006

<http://www.imesexplica.com.br/2603respococial_consumidor.asp>. Acesso em: 21/3/2006

<<http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/responsabilidadesocial.asp>>. Acesso em: 21/3/2006

<<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>> Acesso em: 19/01/2010;

<<http://proexti.ufam.edu.br/>> Acesso em: 17/2/2010

< <http://portal.ufam.edu.br/index.php/historia>> Acesso em: 17/02/2010

<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/1342/destaque_home/participe/preencha_os_indicadores_ethos.aspx> Acesso em: 22/03/2010.

<<http://proexti.ufam.edu.br/programasextensao.html>> Acesso em: 06/4/2010