

O DESENVOLVIMENTO DE UMA CULTURA AMBIENTAL CORPORATIVA ATRAVÉS DA EDUCAÇÃO AMBIENTAL

Regiane Verona de Carvalho*
Reinaldo Dias**

RESUMO: Este estudo analisa as práticas de educação ambiental (EA) de um supermercado situado na cidade de Campinas-SP e como estas podem contribuir com a inserção de ações ambientalmente adequadas na cultura da organização e, por consequência, em suas práticas organizacionais. À luz dos conceitos de Cultura Organizacional sob a perspectiva de Schein (2009), Educação Ambiental e Meio-Ambiente sob as perspectivas de Pedrini (2008) e Dias (2010), foram analisadas entrevistas realizadas com os funcionários da empresa. Foi verificado que a organização estudada não possui práticas de educação ambiental adequadas que possibilitem aos funcionários adquirir conhecimento sobre meio ambiente e enxergar a organização como ambientalmente correta. Desta forma, admite-se que a empresa não possui uma cultura organizacional pautada nos aspectos ambientais. Essa discussão se faz importante primeiramente pela deficiência de estudos na área de educação ambiental, principalmente no contexto organizacional. Embora o estudo seja focado em um caso único, pode trazer luz à necessidade das organizações em desenvolverem culturas organizacionais orientadas para os princípios da sustentabilidade, no eixo ambiental, para poderem desenvolver na sua força de trabalho um comportamento mais compatível com as atuais demandas sociais neste âmbito. Os resultados apontam para algumas das falhas das empresas na introdução dos aspectos ambientais em sua cultura organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Ambiental; Cultura Organizacional; Desenvolvimento Sustentável.

THE DEVELOPMENT OF A CORPORATIVE ENVIRONMENTAL CULTURE THROUGH ENVIRONMENTAL EDUCATION

ABSTRACT: Application of Environmental Education in a supermarket in Campinas

* Graduada do curso de Administração e pesquisadora de Iniciação Científica do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA) da Universidade Presbiteriana Mackenzie - UPM.

** Sociólogo e Doutor em Ciências Sociais pela Unicamp. Professor do Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA) da Universidade Presbiteriana Mackenzie - UPM; E-mail de correspondência: reinaldodias@mackenzie.br
Apoio: PIVIC Mackenzie

SP Brazil is analyzed. The manner these firms may contribute towards the insertion of adequate environmental activities in the organization's culture and its organizational practices is also analyzed. Interviews undertaken with the firm's employees were foregrounded on concepts from Organizational Culture proposed by Schein (2009) and Environmental Education by Pedrini (2008) and Dias (2010). It became evident that the organization under analysis did not have any environmental education policy that would provide the employees information on the environment and made the organization environmentally correct. The firm did not have an organizational culture based on environmental aspects. Discussion is relevant due to deficiencies in studies on the environment, especially within the organizational context. Although investigation deals with a single case, the requirements of organizations may emerge so that they could develop organizational cultures directed towards sustainability in the environmental axis and thus develop in their workers a more compatible behavior with current social demands. Results show the flaws of firms when they introduced environmental aspects within their organizational culture.

KEY WORDS: Environmental Education; Organizational Culture; Sustainable Development.

INTRODUÇÃO

O artigo tem como objetivos verificar as práticas de educação ambiental de uma empresa varejista de Campinas-SP, contribuir com a introdução de conceitos ambientais à cultura organizacional da empresa e analisar estas práticas. Ainda entre os objetivos se pretende contribuir para o entendimento de uma possível relação entre os conceitos de Educação Ambiental e Cultura Organizacional.

Estes objetivos contribuem para o enriquecimento das pesquisas na área de Educação Ambiental Empresarial, área que segundo Pedrini (2008), necessita de mais estudos, pois há grande deficiência tanto de quantidade, quanto de qualidade. Além disso, são mostradas algumas das falhas das empresas ao introduzirem a questão ambiental nas suas atividades, pois muitas afirmam possuir práticas ambientais, mas quando são verificadas, estas práticas não possuem o resultado esperado.

Desta forma, visa-se responder à seguinte pergunta: A Educação Ambiental realizada em uma empresa pode contribuir para o surgimento e consolidação de uma "Cultura Ambiental"?

Para isso foram realizadas entrevistas com dez funcionários da empresa varejista pesquisada, sendo as respostas dos mesmos analisadas através das teorias de cultura organizacional e educação ambiental que serão aqui apresentadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura pode ser entendida, segundo Hofstede (2003), como uma programação mental daquilo que nós, seres humanos, aprendemos durante nossas vidas. O autor alerta que o termo cultura possui vários significados, sendo que o mais utilizado é aquele associado ao nível de educação de um indivíduo. A cultura relacionada com a programação mental é definida “como a programação colectiva da mente que distingue os membros de um grupo ou categoria de pessoas face a outro” (HOFSTEDE, 2003, p. 19), e é adquirida e não herdada.

Hofstede (2003) também diferencia a cultura nacional da cultura organizacional. Basicamente a diferença citada pelo autor está relacionada às manifestações culturais que são: símbolos, heróis, rituais e valores. Conforme visto na figura 1, os valores aparecem separados dos demais, sendo que os três primeiros estão relacionados às práticas culturais. (HOFSTEDE, 2003).

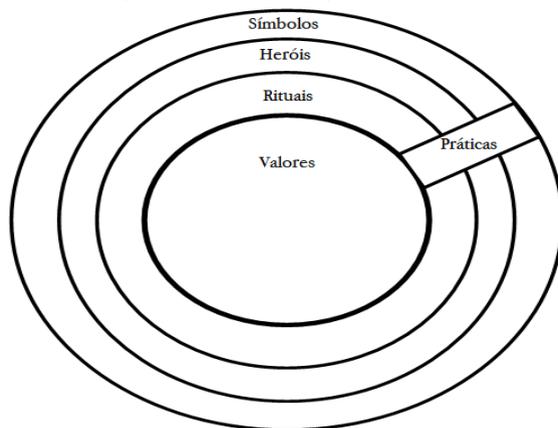


Figura 1: As “camadas de uma cebola” ou os diferentes níveis de manifestação de uma cultura
Fonte: (HOFSTEDE, 1991, p. 23).

Com base nos estudos realizados entre 1985 e 1987, pelo IRIC (*Institute for Research on Intercultural Cooperation*), Hofstede (2003) mostra as diferenças entre cultura nacional e organizacional. Ainda segundo o autor pode-se perceber no estudo do IRIC que os papéis dos valores e das práticas são exatamente o inverso. No nível nacional as diferenças culturais aparecem mais nos valores que nas práticas, no nível organizacional mais nas práticas que nos valores (HOFSTEDE, 2003).

O termo cultura organizacional foi introduzido há cerca de 20 anos e ainda não há consenso entre os pesquisadores quanto a definição do termo (ALCÂNTARA et al., 2010), porém Martin (2002 apud ALCÂNTARA et al., 2010) afirma que existem duas características que são comuns entre as definições de cultura organizacional: o uso da palavra “compartilhada” e a referência de que cultura é algo único e distinto em um contexto particular.

Os dois elementos característicos mencionados são encontrados na definição de Schein (2009, p. 16) ao definir cultura organizacional como sendo “a aprendizagem acumulada e compartilhada por determinado grupo, cobrindo os elementos comportamentais, emocionais e cognitivos do funcionamento psicológico de seus membros”. E é dividida em três níveis de análise (SCHEIN, 2009):

- **Artefatos:** é o nível mais superficial e inclui todos os fenômenos que alguém vê, ouve e sente quando encontra um novo grupo com uma cultura não familiar, é a parte mais identificável de uma cultura, porém também é o nível mais difícil de ser decifrado. São exemplos de artefatos as normas, o ambiente físico, a arquitetura da organização, entre outros.
- **Valores-crenças:** é o nível que aprofunda mais a busca por entendimento da organização. Os valores consistem naquilo que se acredita que vale a pena ser feito, e são identificados através de pesquisas com membros chave nas organizações e análises de documentos, em que se observam características de ações particulares das organizações.
- **Suposições básicas:** é o nível mais profundo da cultura de uma organização e o mais difícil de ser identificado. É quando as crenças e valores compartilhados passam a ser percebidos como verdade por todos os membros do grupo devido aos seus resultados positivos.

O mesmo autor também demonstra o papel do líder na formação da cultura organizacional. Os valores dos líderes serão aceitos por seus membros, uma vez que os últimos passam a enxergar aqueles valores como soluções, o que passa a ser compartilhado até que atinge o nível das suposições básicas (SCHEIN, 2009). Essa afirmação é confirmada por Hofstede (2003) que, no entanto, faz um alerta ao dizer que há sim a contribuição do líder, porém os membros que fazem parte da cultura organizacional somente serão afetados quando tiverem práticas partilhadas com sua liderança.

Neste ponto identificamos semelhanças entre as teorias de Schein (2009) e Hofstede (2003). Os níveis da cultura organizacional de Schein (2009) têm elementos parecidos com o de cultura nacional de Hofstede (2003), além do reconhecimento da importância da liderança na cultura organizacional, embora este aspecto seja muito mais evidenciado por Edgar Schein.

A cultura ambiental de uma empresa também possuirá estes elementos, porém estarão relacionados ao entendimento organizacional da questão ambiental, a partir do momento que a empresa passa a introduzir a sustentabilidade em suas atividades.

2.1.1 Cultura Organizacional e a Questão Ambiental

A expressão desenvolvimento sustentável foi conceituada e utilizada pela primeira vez no relatório da Comissão de Brundtland com o seguinte texto: “o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (CMMAD, p. 1991).

O conceito de “desenvolvimento sustentável”, segundo Dias (2007), visa estabelecer uma relação harmônica entre homem e natureza, assim o processo de desenvolvimento deve atender às necessidades e aspirações humanas (sendo que desenvolvimento é incompatível com pobreza), em sintonia com a preservação do meio ambiente. Portanto a sustentabilidade é baseada em três aspectos: o crescimento econômico, a preservação ambiental e a equidade social (DIAS, 2007).

Um dos pré-requisitos para alcançar o desenvolvimento sustentável é a par-

ticipação de indivíduos, grupos e organizações (grupos sociais) nos procedimentos de avaliação do impacto ambiental, assim como o conhecimento e a participação destes grupos sociais nas decisões que possam vir a afetar as comunidades nas quais vivem e trabalham. Um destes grupos sociais são as organizações empresariais que desempenham um papel crucial no desenvolvimento econômico e social de um país. Cabe a este grupo social desempenhar processos de produção mais eficientes que proporcionarão uma redução dos impactos ao meio ambiente, reconhecendo que o manejo dos recursos naturais é uma das suas mais altas prioridades e fator essencial do desenvolvimento sustentável (CONFERÊNCIA..., 1992).

Além disso, cabe às organizações empresariais o estímulo ao consumo consciente. Tecnologias, sistemas de engenharia e práticas de manejo e conhecimentos técnico-científicos, que reduzam ao mínimo os resíduos ao longo do ciclo de vida de um produto, devem ser utilizadas pelas organizações no lugar de práticas que agri-dem o meio ambiente. Isto tem como resultado uma melhora na competitividade geral da empresa (CNUMAD, 1992).

As empresas para serem bem sucedidas, ao empregar o conceito de desenvolvimento sustentável, deverão atuar de acordo com o princípio “adotar padrões de produção, consumo e reprodução que protejam as capacidades regenerativas da Terra, os direitos humanos e o bem-estar comunitário” constante na Carta da Terra (CARTA..., 2000). De modo que a sustentabilidade faça parte de sua cultura, o que significa que o termo será entendido e praticado por todos os níveis hierárquicos da organização. Aqui temos a necessidade de introdução de uma gestão ambiental na organização.

A gestão ambiental permite que a empresa identifique os impactos ambientais das suas ações em relação ao meio ambiente, as prioridades e metas para o contínuo aperfeiçoamento de sua performance ambiental, para que a organização assuma responsabilidade pela implementação do treinamento, da monitoração, das ações corretivas, das reavaliações e do aprimoramento contínuo das práticas utilizadas, das metas e dos objetivos da própria gestão ambiental (MUSIELLO NETO, 2004, p. 8).

A adoção de técnicas de gestão ambiental pode causar diversas mudanças no contexto corporativo, já que se trata de uma abordagem sistêmica da realidade

(BRANDÃO JUNIOR; LEITÃO, 2007).

A transformação poderá ser realizada com um diagnóstico da situação e o questionamento cuidadoso dos elementos culturais visíveis e ocultos que não se adequam à nova realidade que se deseja alcançar. Desse modo poderá se escolher a estratégia e o tipo de liderança mais adequado visando a redução de conflitos, diminuição dos erros e a eliminação do desperdício, beneficiando tanto os consumidores do produto final, quanto aqueles que prestam serviço direta ou indiretamente. O mais importante é a eliminação de barreiras interpessoais, interdepartamentais e culturais, de tal modo que todos tenham a oportunidade de incorporar-se à nova realidade (DIAS; CARVALHO; 2010).

As mudanças na base de valores da organização são o resultado de uma nova forma de pensar, com novas percepções e atitudes e que vincula seu sucesso ao nível do conhecimento ecológico presente na cultura organizacional (SCHENINI, 2000).

O processo de implementação de uma cultura ambiental nas organizações deve seguir alguns passos para que seja efetiva. Segundo Alves (1997) a “nova” cultura deve ter um horizonte de longo prazo, para que os novos componentes culturais sejam assimilados pela organização, o que leva certo tempo, já que existe uma tendência em manter o *status quo*.

Na obtenção de uma aplicação satisfatória desses mecanismos, inexoravelmente, deverão ser criadas novas práticas, as quais objetivarão alterar a cultura organizacional dando ênfase às medidas organizacionais que são social e ambientalmente corretas (SCHENINI, 2000).

O simples comprometimento e elaboração de um plano ambiental não é suficiente, se faz necessário um envolvimento efetivo de toda a organização em prol dos objetivos e metas sustentáveis (SCHENINI, 2000).

Desta forma os funcionários terão grande importância para a sustentabilidade no meio empresarial, pois serão fundamentais para que as metas sustentáveis sejam alcançadas que ocorrerá se eles estiverem envolvidos na sua implementação e que tenham garantidos: um emprego sustentável, bem estar social e econômico, saúde e segurança no trabalho, educação para prevenção de acidentes de trabalho e para a preservação do meio ambiente e estímulo à participação em acordos coletivos sobre questões de desenvolvimento sustentável (CNUMAD, 1992).

Assim, uma das formas de garantir a participação dos funcionários é a partir da introdução de uma educação ambiental empresarial.

2.2 EDUCAÇÃO AMBIENTAL EMPRESARIAL

O termo educação ambiental possui várias definições. Segundo Dias (2010) o conceito de educação ambiental (EA) foi evoluindo conforme o termo meio ambiente foi se alterando e sendo percebido. Para mostrar esta ideia de evolução, o autor apresenta algumas definições de educação ambiental e afirma que todas elas se completam. Por fim, ele apresenta sua própria definição a qual será utilizada para os fins deste artigo: “Acredito que educação ambiental seja um processo por meio do qual as pessoas aprendem como funciona o ambiente, como dependemos dele, como o afetamos e como promovemos sua sustentabilidade” (DIAS, 2010, p. 100).

Para Dias (2010) existem dois tipos de educação ambiental a formal e a informal. Assim, a partir desta divisão, caberá às empresas a educação ambiental informal, ou seja, a que ocorre fora do ambiente escolar, sendo que elas interferirão nas tomadas de decisões profissionais que possam interferir positiva ou negativamente no meio ambiente. Porém deve ser citado um terceiro elemento, a educação ambiental não-formal. Foi trazida pelo Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global, surgido na Rio-92 (PELLICCIONE; PEDRINI; KELECOM, 2008) e que, segundo Gohn (2008), consiste no ensinamento de conteúdos escolares formais, como objetivos bem definidos, porém fora do ambiente escolar.

A EA será inserida no ambiente empresarial através da “elaboração do perfil ambiental da comunidade ou instituição para a qual será planejado, executado e avaliado um projeto ou programa de EA” (DIAS, 2010, p. 115), já que o entendimento das reais necessidades do lugar é importante para um planejamento seguro. É necessária também a definição dos aspectos sociais econômicos, culturais entre outros além de traçar o mapa político local e sua teia de interações, influências e hierarquias. Este perfil revelará, no final, as prioridades da comunidade, e estas a determinação dos objetivos e estratégias, a elaboração do projeto, os métodos e técnicas que serão nomeados e elegem os recursos instrucionais que serão necessários

para o empreendimento das ações previstas (DIAS, 2010).

A empresas, segundo Braga (1995), possuem quatro tipos diferentes de posturas ambientais em relação às práticas de EA:

- **Conservadora:** a preocupação com o meio ambiente em si não está dentro das prioridades da empresa. Nesse modelo a questão ambiental é vista como um modismo e é utilizada para fins de promoção da empresa. Aqui, quando há educação ambiental, é utilizada como instrumento de marketing que tem a função de desviar a atenção quanto aos impactos ambientais da empresa. As ações de educação ambiental, deste tipo de empresas, são focadas no público externo.
- **Legalista:** demonstra a postura ambiental de empresas que acreditam que isto se trata de mais uma das restrições impostas pelo Estado e a legislação. Nesse caso pode haver uma negação do rótulo de poluente, baseado na afirmação de total obediência da lei. Aqui a educação ambiental também é utilizada apenas para promoção da empresa e também tem como principal público o externo.
- **Estratégica:** está relacionada com a visão estratégica da questão ambiental, devido à competitividade internacional da empresa e de seus produtos, sendo que aqui as empresas buscam adotar uma abordagem mais sistêmica, em que há uma prevenção da poluição ao longo do processo produtivo. Essas empresas reconhecem seus impactos ambientais e afirmam evitar ou reduzir a poluição. Aqui a educação ambiental torna-se um fator de preocupação da empresa, já que é um dos requisitos para obtenção de certificação ambiental. Além de instrumento de marketing ela passa a ser encarada como instrumento de aumento de produtividade, sendo o público externo atingido por estas campanhas. Os programas realizados têm maior abrangência e frequência planejada, aqui também o público alvo principal é o interno.
- **Ecodesenvolvimentista:** é tratado como o modelo ideal capaz de trazer as necessárias mudanças nos padrões de produção e consumo, sendo utilizado para cobrir os principais aspectos atualmente negligenciados pelas empresas brasileiras (BRAGA, 1995).

Percebemos que no Brasil há um predomínio da postura legalista. A Educação Ambiental Empresarial no Brasil emerge da preocupação das empresas em responder as sanções legais vindas do Sistema Nacional de Meio Ambiente (SISNAMA), ou mesmo a partir da introdução da norma ISO 14000, que exige a introdução da educação ambiental nas atividades da empresa. Assim, normalmente o treinamento ambiental vem sendo aplicado de forma errada para o público interno das empresas, sendo estas práticas contestáveis na forma conceitual e metodológica (PELLICCIONE; PEDRINI; KELECOM, 2008).

Foi observada por Ribeiro (2008) a existência de casos em que os gerentes repudiam qualquer tipo de treinamento ambiental (tratado pela autora como “adestramento” ambiental) que pudesse atrapalhar a produtividade. Os treinamentos, nestes casos, ocorrem pontualmente e são voltados para temas que realmente necessitam de transmissão, sendo que algumas vezes é utilizado o horário de almoço dos funcionários para este fim (RIBEIRO, 2008).

Há empresas que são conhecidas como “vaga-lume”, pois há intermitência no funcionamento da gestão ambiental, a qual só é retomada às vésperas das auditorias. Nesse caso os treinamentos são repetidos todos os semestres para assimilação temporária dos conceitos através da repetição (SILVEIRA, 2008).

No entanto são necessárias práticas educacionais mais consistentes, que seriam fundamentadas no cotidiano, enriquecedoras do universo dos conceitos e dotadas de significados que possam ampliar os conhecimentos e percepções sobre as questões ambientais de interesse da empresa, que poderão também interessar aos funcionários, se bem contextualizadas (SILVEIRA, 2008).

Assim, “a EA constitui-se em uma nova forma de educar, voltada para a sustentabilidade ambiental” (ADAMS; GEHLEN, 2008, p. 17), através das três formas apresentadas (educação formal, não-formal e informal) (ADAMS; GEHLEN, 2008).

3 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa qualitativa descritiva, ou seja, uma pesquisa que visa descrever as características de determinada população ou fenômeno (GIL, 2002). No caso, a população escolhida, foi a de funcionários de uma rede de su-

permercado da cidade de Campinas-SP, que tem práticas de Educação Ambiental voltadas para seu público interno.

Primeiramente foi realizada, na mídia, uma pesquisa de quais seriam as empresas varejistas, mais especificamente supermercados, que teriam práticas de EA voltadas para seu público interno. Assim foi constatado que as três maiores redes de supermercado do país possuem estas práticas.

Uma das características da pesquisa qualitativa descritiva é a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados (GIL, 2002), por isso foi realizado o contato com várias lojas situadas na cidade de Campinas, destas três redes, que para fins éticos serão tratadas como empresa A, empresa B e empresa C.

A princípio a gerente de uma das lojas da empresa A havia concordado com a colaboração na pesquisa, porém solicitou algumas modificações para que a pesquisa pudesse ser realizada no local, imediatamente foram realizadas as mudanças e a autorização foi dada. A principal mudança foi a de alterar o questionário aberto para fechado. Esta exigência da empresa era para que não houvesse interrupções no fluxo de trabalho e no atendimento ao cliente. Porém, após um período ocorreu uma mudança na gerência, o que inviabilizou o término das pesquisas no local, além disso, a maioria dos questionários entregues não foi respondida.

Após isso, as outras lojas das outras duas redes foram contatadas, porém foram encontradas grandes dificuldades para encontrar as pessoas responsáveis pela autorização, até um gerente de uma das lojas da empresa C autorizou a realização das entrevistas.

4 RESULTADOS

A empresa pesquisada está no Brasil há 36 anos, possui 973 lojas em 17 estados do país e conta com mais de 49.854 colaboradores. As práticas ambientais se iniciaram com ênfase em uma política de educação ambiental de seus funcionários, em parceria com uma ONG.

A empresa visa ser “um agente de transformação das relações de consumo” pautada na sustentabilidade, visando a transmissão de informações que auxiliem

seus clientes no entendimento da sustentabilidade.

O desenvolvimento sustentável também está presente na forma de expansão da empresa no Brasil, sendo que para ela isso se dá através da visão do que ela denomina de 5C's (consumidor, cadeia, colaborador, comunidade e clima).

Para a inserção de uma cultura de sustentabilidade, a empresa tem diversas ações para inserir e valorizar o conhecimento sobre a sustentabilidade no dia-a-dia de seus funcionários. As principais ações da empresa nesta área são:

- Treinamentos: com a parceria de uma ONG, em 2009, foram treinados funcionários de uma loja do interior paulista para se tornarem agentes multiplicadores do consumo consciente. Esta ação tinha a previsão de ser disseminada para outras lojas ao longo de 2010.
- Revista: tem o objetivo de informar os funcionários sobre o que acontece na empresa, sendo que obteve uma edição especial que abordou o tema sustentabilidade, explicando conceitos como o dos 5R's (Respeitar, Repensar, Reduzir, Reciclar e Reutilizar) e que trazia dicas de como cada um poderia fazer algo em prol do meio ambiente. Além disso, foram mostradas as ações de algumas unidades da empresa.
- Semana do Meio Ambiente: na semana do Dia Mundial do Meio Ambiente, houve a abordagem de ações ambientais importantes no cotidiano dos clientes, tais como a economia de energia, o consumo de água e uso de sacolas reutilizáveis, que tiveram um direcionamento pautado nas diferenças regionais.
- Dia Nacional do Futuro Consciente: houve um processo de busca de conscientização dos filhos de clientes e colaboradores, sobre a preservação da Terra.

Na empresa também existe o serviço de Descarte Sustentável. Este serviço é vendido juntamente com produtos eletrônicos, em que há o recolhimento na casa do cliente destes produtos que depois são reciclados ou reutilizados.

As entrevistas foram realizadas com dez funcionários da loja, escolhidos aleatoriamente pelo gerente, sendo quatro respondentes masculinos e 6 femininos,

separados nos seguintes setores: Frente de caixa, prevenção, eletrônicos e têxtil. O setor têxtil teve uma predominância sendo quatro no total de entrevistados, seguido de três respondentes da frente de caixa, dois do setor de eletrônicos e um da prevenção.

As entrevistas foram realizadas em busca de identificar como a educação ambiental pode concretizar uma cultura ambiental nas organizações. Os resultados da análise das entrevistas, que foi realizada com a ajuda do software NVivo, serão apresentados a seguir.

Quando perguntados se já haviam recebido algum tipo de orientação sobre a questão ambiental a maioria dos funcionários alegou que já haviam recebido. Neste item houve discordâncias, pois alguns funcionários disseram que nunca receberam orientações da empresa, porém, ao longo da entrevista, estes funcionários acabavam citando alguma orientação quanto à questão ambiental, principalmente no setor de Eletroeletrônicos, em que há o serviço de descarte sustentável, que deve ser oferecido pelos vendedores aos clientes: “Disse que a empresa não oferece informações sobre meio ambiente, mas citou o Descarte Sustentável”.

A maior parte dos funcionários entrevistados (6 de 10) consegue perceber artefatos que demonstram a preocupação da empresa com o meio ambiente, sendo que dos que alegaram não observar nada na empresa acabaram citando algum item. Os itens mais lembrados pelos funcionários foram as lixeiras de coleta seletiva e o papa pilhas. É nítido também neste item que a empresa não possui muitos artefatos ambientais, sendo que muitos estão “escondidos” conforme afirmação de um dos entrevistados: “A empresa possui lixeiras de coleta seletiva e o papa pilha. Ele acredita que tem mais coisas, mas estão mal divulgadas”.

É necessário citar que os programas de redução da utilização de sacolas plásticas foram desconsiderados a pedido do pesquisador. Primeiramente porque este artefato tem grande visibilidade, o que poderia alterar a percepção dos funcionários quanto à preocupação que eles percebem que a empresa tem do meio ambiente. O outro fator considerado foi que este tipo de política de conscientização é uma prática disseminada pela APAS (Associação Paulista de Supermercados) em todo o estado de São Paulo, não sendo, portanto, uma prática individual da empresa, apesar da mesma alegar que foi o primeiro supermercado a adotar tal prática.

Todos os funcionários entrevistados consideram a discussão sobre meio ambiente na empresa importante. Os itens citados que justificam a importância que eles dão às discussões foram: falta de tempo de aprender em outro lugar, possibilidade de aumento de conhecimento sobre o assunto e aumento da conscientização ambiental: “Acredita ser importante a empresa discutir sobre a questão ambiental, para as pessoas saberem o quanto poluem, quais são os impactos da empresa e para conscientização”.

Nenhum dos entrevistados deu sugestões para melhorias ambientais dentro da empresa. A maioria alegou que isto se deve à falta de abertura da empresa, porém também houve aqueles que nunca quiseram dar sugestões, mas que alegaram que a empresa tem interesse em ouvir os funcionários.

Outro fator foi que todos os funcionários alegaram que nunca participaram de atividades ambientais pela empresa. Eles justificaram que a empresa nunca teve atividades ambientais voltadas para os funcionários ou que nunca foram avisados que tivesse ocorrido algo do tipo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com os resultados obtidos percebe-se uma incompatibilidade com o que a empresa alega possuir e com o que realmente existe, pelo menos quando analisada uma das lojas da cidade de Campinas.

Os programas efetuados pela empresa parecem que, ou não foram realizados na loja pesquisada, ou não tiveram o efeito esperado entre seus funcionários, já que eles não acreditam que a empresa seja ambientalmente correta.

Segundo Fritzen e Molon (2008), a falta de envolvimento das pessoas em algumas práticas ambientais empresariais ocorre, ou porque elas não se sentem partes integrantes dessas iniciativas ambientais, ou porque não conseguem perceber e/ou entender os possíveis benefícios que estas poderão lhes trazer.

A pesquisa demonstrou que as práticas ambientais ao serem disseminadas na empresa não têm como preocupação principal o entendimento e a compreensão, por parte dos funcionários, das questões ambientais, mesmo as mais elementares.

Isto pode revelar que a empresa entende ser importante assumir uma postura ambiental porque a sociedade e o mercado estão exercendo pressão, não por compreender plenamente a sua importância e significado para a melhoria das condições de vida da população como um todo. Desse modo a adoção de práticas sustentáveis é superficial e não contribui significativamente para transformar os funcionários em agentes proativos da sustentabilidade.

Desta forma pode-se afirmar que a empresa não consegue inserir os aspectos ambientais em sua cultura organizacional, mesmo levando em consideração o nível dos artefatos, pois mesmo nele existem dificuldades de perceber o envolvimento com o meio ambiente da empresa.

REFERÊNCIAS

ADAMS, B. G.; GEHLEN, L. Contribuições Pedagógicas para a Educação Ambiental Empresarial. In: PEDRINI, A. G. (Org.). **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**. São Carlos: Rima, 2008.

ALCÂNTARA, V. C. et al. Mensuração da cultura organizacional: uma análise quantitativa-comparativa. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo, v. 9, n. 2, nov. 2010. Disponível em: <<http://revistas.facecla.com.br/index.php/re-cadm/article/view/621>>. Acesso em: 28 jun. 2011.

ALVES, S. **Revigorando a Cultura da empresa**: uma abordagem cultural da mudança nas organizações, na era da globalização. São Paulo: Makron Books, 1997.

BRAGA, T. Educação ambiental, economia internacional e gestão empresarial. In: SORRENTINO, M.; TRAJBER, R.; BRAGA, T.. **Cadernos do III fórum de educação ambiental**. São Paulo: Gaia, 1995. p. 215-224.

BRANDÃO JUNIOR, R. D.; LEITÃO, C. R. S. Cultura Organizacional: um estudo de caso em uma organização de economia solidária. In: ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: EnANPAD, 2007.

CARTA da Terra em ação. **Texto da Carta da Terra**, junho 2000. Disponível em: <<http://www.cartadaterrabrasil.org/prt/text.html>>. Acesso em: 01 abr 2010.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO – CMMAD. **Nosso Futuro Comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO - CNUMAD. Ministério do Meio Ambiente – MMA. **Agenda 21**. Junho de 1992. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18&idConteudo=575&idMenu=906>>. Acesso em: 18 mar 2010.

DIAS, G. F. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 9. ed. São Paulo: Gaia, 2010. 551 p.

DIAS, R. **Gestão ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2007.

DIAS, R.; CARVALHO, R. V. Cultura ambiental nas empresas os elementos estruturantes. **eGesta - Revista Eletrônica de Gestão de Negócios**, v. 6, n. 1, jan./mar. 2010, p. 80-95. Disponível em: <<http://www.unisantos.br/mestrado/gestao/egesta/artigos/209.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

FRITZEN, F. M.; MOLON, S. I. Educação Ambiental e a Norma ISO 14001: O processo de capacitação sob perspectiva do público interno. In: PEDRINI, A. G. (Org.). **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**. São Carlos: Rima, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GOHN, M. G. M.. **Educação não-formal e cultura política: impactos sobre o associativismo do terceiro setor**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2008. 120 p.

HOFSTEDE, G. **Culturas e organizações: compreender a nossa programação mental**. Lisboa: Edições Sílabo, 2003. 308 p.

MARTIN, J. **Organizational culture: mapping the terrain**. Thousand Oaks: Sage, 2002.

MUSIELLO NETO, F. E. O impacto da cultura organizacional nas práticas de gestão ambiental: um estudo no Pólo Costa das Piscinas, litoral sul-paraibano. ENCONTRO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 28, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: EnANPAD, 2004.

PEDRINI, A. G. Avaliação da Educação Ambiental Empresarial: Um Metodologia para Aferir sua Qualidade. In: PEDRINI, A. G. (Org.). **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**. São Carlos: Rima, 2008.

PELLICCIONE, N. B. B.; PEDRINI, A. G.; KELECOM, A. Educação Ambiental Empresarial: Uma avaliação de práticas no sudeste brasileiro. In: PEDRINI, A. G. (Org.). **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**. São Carlos: Rima, 2008.

RIBEIRO, I. C. Reflexões Acerca das Mentes que Pensam a Gestão Ambiental em Empresas: O lugar das mentes conscientes. In: PEDRINI, A. G. (Org.). **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**. São Carlos: Rima, 2008.

SCHEIN, E. H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2009. p.413.

SCHENINI, P. C. Avaliação dos padrões de competitividade à luz do desenvolvimento sustentável: o caso da indústria Trombini de papel e embalagens S/A em Santa Catarina. **Revista de Ciências da Administração**, v 2, n. 4, set. 2000. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/8052/7434>>. Acesso em: 21 jul 2011.

SILVEIRA, J. H. P. Limites e Possibilidades da Educação Ambiental em Empresas em Relação aos Públicos Preferenciais. In: PEDRINI, A. G. (Org.). **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**. São Carlos: Rima, 2008.

Recebido em: 08 de outubro de 2012

Aceito em: 25 de janeiro de 2013

