

# **A EMPRESA AMBIENTALMENTE CORRETA: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS SOBRE A IMAGEM CONSTRUÍDA EM TORNO DOS REDUCIONISMOS DA QUESTÃO AMBIENTAL**

**Frank Astor do Nascimento**<sup>1</sup>

fastor@oi.com.br

1 Faculdades Integradas Simonsen (FIS) – Rio de Janeiro, RJ, Brasil

**Carla Regina de Sousa**<sup>2</sup>

Carlardesousa@yahoo.com.br

2 Faculdade de Castelo (Facastelo) – Castelo, ES, Brasil

## **Resumo**

Palavras-chave: modernidade, meio-ambiente, imagem, administração ambiental  
Desde meados dos anos 70, nota-se que a sociedade contemporânea depara-se com aceleradas mudanças que abalam profundamente sua estrutura e afetam o modo de conduta dos indivíduos e organizações. As referidas mudanças são inegáveis e retratam a passagem de uma sociedade industrial a uma de consumo, em que, de modo geral, a maior preocupação reside na produção e compra de imagens. Assim, para uma empresa, vale mais a aparência do que a essência, em outras palavras, é mais relevante parecer que fez algo benéfico do que realmente fazê-lo. Neste contexto, percebe-se que as organizações de caráter privado, ao mesmo tempo em que produzem imagens, ao oferecerem produtos dando a impressão de que satisfazem as necessidades dos consumidores, tornam-se também vítimas da sedução deste mercado. Assim como as pessoas, elas são compelidas a procurarem uma aparência da moda, mas não como resultado de uma reflexão e de uma análise sobre suas peculiaridades, e sim como um comportamento defensivo frente a um ambiente altamente exigente. Neste artigo, são feitas considerações teóricas sobre a construção desta aparência a fim de servir como resposta às exigências do mercado, em especial no que se refere à problemática ambiental a qual vem sendo vítima de sérios reducionismos em sua abordagem.

## **1 – INTRODUÇÃO**

Constata-se que a sociedade contemporânea tem-se deparado, com acentuadas mudanças que estão comprometendo sua estrutura e afetando o modo de conduta tanto dos indivíduos quanto das organizações.

Não há um consenso a respeito de uma denominação para este atual período da história, contudo vários autores já desenvolvem suas reflexões concebendo a existência de uma sociedade pós-moderna, cujas características fazem parte de um todo intitulado “Pós-Modernidade”. Tal título, quando considerado como época, refere-se a uma ruptura com o período anterior, conhecido como “Modernidade”, devido à relevância significativa das mudanças na conduta dos atores sociais supracitados.

Em decorrência da Revolução Industrial, a humanidade entrou na era da manufatura e, conseqüentemente, com o desenvolvimento do Capitalismo, o sistema sócio-político-econômico impregnou-se de características mercantis, fomentando a forma clássica de relação econômica, tendo como objetivo principal o lucro.

No entanto, na sociedade moderna, começou-se a questionar tal sistema, bem como alguns fatores como a diversificação dos mercados, o crescimento acelerado do ritmo de mudanças tecnológicas, a queda das barreiras geográficas e a velocidade na produção e na transmissão de informações. Convém destacar ainda o aumento da influência das organizações privadas nas decisões. Tal fato não se dá apenas em nível econômico, mas

também político, devido ao estoque mundial de capital utilizado para a compra de parcelas do setor público e para o financiamento da pesquisa aplicada (Freitas, 2000).

Neste contexto, torna-se imprescindível observar a questão ambiental, especialmente devido à constatação da escassez dos recursos naturais e às discussões cada vez mais crescentes em torno desta temática, para Leff (2001) o ambiente é uma categoria sociológica e não biológica.

Conforme foram difundidas informações sobre os fatores ligados à degradação do meio ambiente, particularmente as organizações privadas foram tendo seu papel sócio-econômico colocado em debate, sendo necessária a incorporação da discussão ambiental também dentro do processo produtivo industrial. Assim, em nível organizacional, novos modelos de estrutura organizacional e de competência para a atuação dos gestores começaram a ser exigidos em um cenário complexo de volatilidade e incertezas. É lícito ressaltar que também havia grande necessidade de criação e aprimoramento de uma boa imagem para as empresas, de forma que fossem vistas como ambientalmente corretas e socialmente responsáveis.

De maneira geral, percebe-se que a marca da sociedade contemporânea é o seu caráter de consumo, em que, muitas vezes, a grande preocupação reside na produção e compra de imagens, ou seja, para uma empresa, o importante é construir uma imagem que gere uma boa impressão na sociedade. Conforme disposto por Freitas (2000), a racionalidade definidora do período contemporâneo é repleta de um imaginário e de um simbolismo únicos, “e o imaginário das organizações modernas busca responder à problemática atual de fragilidade no processo de identificação dos indivíduos”. As organizações, deste modo, buscam passar aos públicos interno e externo a imagem de empresa que prima pela excelência de gestão e está atualizada com as tendências do mercado.

## **2 - CRÍTICAS AO PROJETO DA MODERNIDADE**

O projeto da Modernidade teve seu início na Europa, sendo marcado por enorme esforço para desenvolver uma ciência racional caracterizada por leis universais, verdades absolutas e acumulação de conhecimentos objetivos, com o objetivo de suplantar a irracionalidade dos mitos e da religião. Com base no poder da razão, enfatizava-se, sobretudo, a idéia de progresso e, do mesmo modo, anunciavam-se descobertas científicas e inovações tecnológicas, acompanhando a ascensão do homem.

Na avaliação de Harvey (1992), se por um lado a Modernidade libertou as pessoas das cadeias da dependência subjetiva, tal liberdade se deu à custa de tratar os outros como objetos/instrumentos. “Não havia escolha senão nos relacionarmos com ‘outros’ sem rosto por meio do frio e insensível cálculo dos necessários intercâmbios monetários capazes de coordenar uma proliferante divisão social do trabalho. (...) rendemo-nos à hegemonia da racionalidade econômica calculista.” (Harvey, 1992).

O século XX, com seus campos de concentração, seu militarismo, duas guerras mundiais, além das ameaças de aniquilação nuclear (como as experiências de Hiroshima e Nagasaki), gerou uma certa perturbação ao otimismo iluminista. Suspeita-se que o projeto iluminista estivesse fadado a voltar-se contra si mesmo, transformando a busca pela emancipação do homem em um sistema de opressão universal em nome da libertação humana.

De acordo com Alvesson e Deetz (1998), o crescimento do tamanho das organizações, a rápida implementação das tecnologias de comunicação/informação, a globalização, a mudança na natureza do trabalho, a redução da classe trabalhadora, os conflitos de classes menos evidentes, a profissionalização da força de trabalho, os mercados turbulentos, entre outros, foram aspectos significativos para levar teóricos e profissionais das organizações a desiludirem-se dos pressupostos modernistas.

Destacadamente, a crise energética dos anos 70 pode ser considerada como o marco inicial de importantes mudanças na sociedade ocidental, que por sua vez colocaram em questionamento o conhecimento administrativo acumulado até então. A crise econômica posterior à energética deu base à geração de desajustes como inflação, recessão, perda de

competitividade etc. em diversas economias ocidentais. Conforme Maimon (1996), com os dois choques do petróleo (1973 e 1979), o preço das “commodities” aumentou, gerando progressos em termos de economia de energia e de consumo de matéria-prima. Tal situação foi propícia para a difusão da discussão ambiental no meio empresarial.

Em meio a esta crise energética, as empresas, que estavam sofrendo pressão para incorporarem equipamentos de despoluição, começaram a repensar seus processos de produção, impulsionadas por motivos estritamente econômicos. Desse modo, constata-se que a consciência ambiental, surgida no bojo das transformações culturais que ocorreram nas décadas de 60 e 70, ganhou dimensão e situou o meio ambiente como um dos princípios mais fundamentais do homem moderno. Pela importância e emergência deste tema, quando se faz uma análise da evolução dos acontecimentos da década de 70 até os dias de hoje, é válida uma discussão sobre como a temática ambiental chegou às organizações privadas.

Para Lewis e Gertsakis (2001) a origem da gestão ambiental se deu a partir da década de 70, através de projetos no meio acadêmico e não atingindo de maneira abrangente o setor industrial na Europa e Ásia.

Em função de exigências da sociedade, as organizações tiveram de adotar um posicionamento mais adequado e responsável, com o objetivo de minimizar a diferença verificada entre resultados econômicos e sociais, além de levar em consideração o meio ambiente como fator relevante para a qualidade de vida das populações. Assim, tem-se exigido das empresas um novo posicionamento em sua interação com o meio ambiente (Tachizawa, 2001).

### **3 - A QUESTÃO AMBIENTAL EM UMA EVOLUÇÃO HISTÓRICA**

A questão ambiental vem sofrendo uma evolução histórica em suas discussões e pontos-chave de reflexão, de acordo com as diferentes maneiras pelas quais o meio ambiente e a crise ambiental são percebidos.

Segundo Leis & D'Amato (1995) e Grün (1996), o ambientalismo, visto como causa e efeito de uma profunda mudança de mentalidade, começa a surgir após a II Guerra Mundial, devido às conseqüências das explosões atômicas e de uma série de acidentes ambientais cujas conseqüências foram suficientes para provocar uma grande mobilização social em defesa do meio ambiente. Aos poucos, os ideais ambientalistas/preservacionistas foram sendo difundidos (Grün, 1996; Leis & D'Amato, 1995; Naves, 2000).

A primeira aparição do ambientalismo de modo significativo em âmbito mundial dá-se no campo científico. Já nos anos 60, diversos grupos e organizações não governamentais foram criados e começaram a crescer de forma exponencial, como, por exemplo, a WWF (Fundo para a Vida Selvagem) - primeira ONG ambiental (Leis & D'Amato, 1995).

Em 1972, foi constituído o Clube de Roma por um grupo de especialistas de países europeus e foi publicado o relatório “The Limits of Growth” (“Limites do Crescimento”), tendo como base as conclusões de um modelo econométrico. Neste, foi previsto o esgotamento dos recursos renováveis e não renováveis, e apresentados o modelo de crescimento, o padrão tecnológico e a estrutura da demanda internacional. Com o agravamento do problema, no mesmo ano, contando com a participação de 113 países, ocorreu a Conferência de Estocolmo, dando início à preocupação do sistema político no debate ambiental (Amâncio, 2000).

Além disso, nessa época, nota-se a emergência e expansão das agências estatais de meio ambiente, assim como do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Leis & D'Amato, 1995). Também a Educação Ambiental foi elevada ao “status” de “assunto oficial”, por possuir uma “importância estratégica”. Em seguida, no ano de 1977, foi realizada a Conferência Intergovernamental sobre Educação Ambiental, em Tbilisi, Geórgia (ex-URSS), sendo destacada a necessidade de criação de uma “consciência de interdependência econômica, política e ecológica do mundo moderno” (Mata, 1998).

Observa-se, entretanto, que a preocupação ambiental dos países menos desenvolvidos estava relegada a segundo plano. Tais países, com destaque ao Brasil, argumentaram que a discussão ambiental teria sido inventada pelas grandes potências, a

fim de atrapalhar sua expansão industrial, entendendo, neste caso, que o desenvolvimento poderia continuar de forma predatória. “A ausência de uma política de controle ambiental e a abundância de recursos naturais do país foram fatores de atração aos investimentos nos setores (...) que já sofriam restrições de expansão nos países desenvolvidos.” (Maimon, 1996).

Em abril de 1987, a equipe presidida pela Primeira Ministra da Noruega, Sra. Brundtland, e composta por 22 membros internacionais, publicou o Relatório “Nosso Futuro Comum”, difundindo o conceito de Desenvolvimento Sustentável (Knuth 2001) acrescenta que a década de 80 foi marcada por uma preocupação com a conservação do meio ambiente de forma global, destacando o Protocolo de Montreal, de 1987, que proibiu o uso de uma gama de produtos químicos, bem como a Convenção da Basileia, na Suíça, em 1989, buscando conter o comércio de resíduos tóxicos, antes descartados em países menos desenvolvidos.

Em junho de 1992, o Rio de Janeiro foi sede da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, onde foi consolidado o conceito de “Desenvolvimento Sustentável”, cujo princípio maior é a conciliação entre a conservação da natureza e o crescimento econômico (Grün, 1996), defendendo o atendimento das necessidades do presente sem comprometer as possibilidades de as gerações futuras atenderem às suas.

Os anos 80 são marcados pela presença dos atores vinculados ao sistema econômico na discussão sobre a temática ambiental, ao passo que, na década de 90, contou-se com a marca maior das empresas privadas. “Vinculadas ao conceito de ‘desenvolvimento sustentável’ e à idéia de um mercado verde, as empresas dos anos 90 começam rapidamente a recuperar o tempo perdido, abandonando de forma gradual as atitudes negativas em relação às questões ambientais” (Leis & D’Amato, 1995). A fim de entender melhor esta citação, é válida uma análise histórica sobre a relação entre o ambientalismo e as organizações de cunho privado, pelo fato de as organizações constituírem-se em agentes sociais poderosos no que diz respeito especialmente à institucionalização de padrões de comportamento desejados nos indivíduos. Para Pimenta (1999), as organizações privadas têm adquirido novas posições e importância diferenciada em relação às grandes instituições sociais da época atual, aumentando sua capacidade de regular e de desenvolver novas formas de vida e de trabalho.

#### **4 - A QUESTÃO AMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES PRIVADAS: UM BREVE HISTÓRICO**

Segundo as discussões de âmbito mundial, as organizações passaram por um processo evolutivo no que se refere à sua relação com o meio ambiente e com a sociedade. Visando apresentar uma abordagem objetiva, optou-se por dividir este relato em subtópicos, marcando os grandes momentos desta interdependência. Para tal, baseou-se em alguns autores (Maimon, 1996; Naves, 2000; Layrargues, 1998), sem deixar de destacar os reducionismos existentes nesta relação.

Dos anos 70 aos 90: Reduccionismo Técnico

Até a década de 70, as grandes corporações mundiais transferiam as unidades de produção geradoras de impacto ambiental negativo para países menos desenvolvidos. Estes, por sua vez, ofereciam incentivos para a implantação de indústrias poluentes. Tal comportamento era contrário ao dos países de origem de tais empresas, onde as restrições eram rígidas. De acordo com a cultura industrial brasileira, a poluição das indústrias era sinônimo de progresso, partindo-se da crença de que a produção industrial poderia reverter o quadro de miséria instalado no país (Naves, 2000; Maimon, 1996; Layrargues, 1998).

Segundo Layrargues (1998), a característica do projeto desenvolvimentista, baseado no industrialismo, foi a vinculação imaginária da incompatibilidade entre proteção ambiental e desenvolvimento econômico. Daí provém a imagem negativa que se fez acerca do meio ambiente num primeiro momento. O mesmo foi associado a custos econômicos adicionais à produção, podendo significar a restrição da competitividade das empresas brasileiras no mercado nacional e internacional. Como também mostra Reigota (2001), todos os projetos

que afetavam drasticamente o meio ambiente eram considerados prioritários. Desta forma, a preocupação com a questão ambiental era vista pelos militares e tecnocratas como um luxo de países ricos, além de um atentado à segurança nacional.

Além disso, a Nova Constituição Brasileira de 1988 trouxe a consolidação de que a questão ambiental deveria ser analisada, considerando-se simultaneamente os aspectos sociais, econômicos e institucionais no país, Banerjee et al(2003) argumenta sobre a identificação de quatro antecedentes importantes da gestão ambiental: preocupação pública, forças regulatórias, vantagem competitiva e comprometimento da alta administração.

Vale dizer que esse momento foi marcado por um enfoque corretivo, uma busca por controle da poluição industrial. Neste contexto, as empresas, quando pressionadas por órgãos governamentais ou movimentos ambientalistas, incorporavam equipamentos antipoluentes aos processos produtivos sem, contudo, alterá-los - o que Maimon (1996) chama de tecnologias de "fim-do-tubo". Ainda que as novas leis e resoluções de órgãos governamentais pretendessem reflexos diretos às políticas industriais, a cultura empresarial corrente era contrária à penalização dos setores industriais (Naves, 2000).

#### Anos 90: Reduccionismo Mercadológico

Um segundo momento da relação supracitada pode ser caracterizado a partir da década de noventa, a qual foi marcada por grandes mudanças nos conceitos de gestão empresarial. O Brasil passava por um momento especial, devido ao início do processo de abertura de mercado e conseqüente fase de competitividade em caráter global. As novas tendências de consumo em direção a produtos de menor impacto ambiental e a crescente percepção a respeito da finitude dos recursos naturais influenciaram a ocorrência de transformações nos ambientes organizacionais - ainda que superficiais. Neste momento, proteger o meio ambiente deixa de ser uma resposta às multas e sanções, inscrevendo-se em um cenário de competitividade e oportunidade (Maimon, 1996).

Para Layrargues (1998), pode-se notar que a Convenção da ONU sobre o meio ambiente, no Rio de Janeiro, em 1992, foi um grande marco nas discussões ambientais em nível planetário. O autor mencionado escreve que não houve mais espaço para a fase romântica do movimento ambientalista, puramente preservacionista nem para o processo reativo adotado pelo setor empresarial em relação às questões ambientais.

Dentre os tipos de alternativas para um processo de gestão ambiental, um dos mais difundidos desde sua publicação foi o que tem como fundamento principal a certificação ISO 14000. Tendo esta base, o sistema de gestão ambiental passou a ter como objetivo central auxiliar as empresas a cumprirem as obrigações assumidas com o meio ambiente, por meio da exigência da execução integral da legislação local, estabelecendo padrões de desempenho para cada empresa individualmente e de acordo com sua política ambiental. No entanto, o ciclo de atuação da gestão ambiental deveria cobrir desde a fase de concepção do projeto até a eliminação efetiva dos resíduos gerados pelo empreendimento ao longo de toda a sua vida útil (Valle, 1995).

Além disso, novas tecnologias foram sendo introduzidas no mercado, promovendo a fase das Tecnologias Limpas. Maimon (1996) caracteriza tecnologias limpas como a utilização contínua de uma estrutura ambiental integrada, preventiva e aplicada, com o objetivo de reduzir riscos aos seres humanos e de aumentar a "eco-eficiência", caracterizada como a utilização racional do ecossistema onde indivíduos ou organizações estão inseridos. Naves (2000) esclarece que há tecnologias limpas de primeira geração (ou de final de linha), de segunda geração (que, sob um caráter preventivo, privilegiam a redefinição de processos e produtos), e de terceira geração (ou inovações associadas ao campo da biotecnologia e da eletroeletrônica, que possibilitam uma ampla substituição de materiais tóxicos por outros menos tóxicos).

Com o desenvolvimento das tecnologias limpas, de acordo com Layrargues (1998), o adequado respeito ao meio ambiente deixou de ser associado ao risco empresarial e o custo econômico extra passou a ser interpretado como oportunidade de mercado e lucro. Maimon (1996) acrescenta que os "ecoprodutos" são um mercado promissor, pois a modificação do conceito de qualidade de vida e do produto - que agora deve ser ecologicamente viável - tem influenciado as novas preferências dos consumidores por "produtos verdes".

Nota-se, então, que até meados da década de 80, o reducionismo estava em limitar as soluções dos problemas ambientais à preservação da natureza, sendo percebidos apenas os aspectos físicos e naturais do meio ambiente, como a fauna e a flora. Os administradores, neste contexto, eram obrigados apenas a disponibilizar parte da receita para investir em equipamentos que controlassem os resíduos no fim do processo produtivo. Não se concebia a necessidade de um maior conhecimento sobre a questão, já que a solução poderia muito bem ficar sob responsabilidade dos técnicos que, em sua maioria, eram engenheiros químicos, sanitaristas entre outros (Maimon, 1996; Layrargues, 1998).

Posteriormente, os discursos predominantes em palestras de consultores, em revistas especializadas e no meio acadêmico passaram a ter como conteúdo central a discussão sobre os ganhos econômicos advindos da implantação de Sistemas de Gestão Ambiental. Além disto, começou-se a discutir muito sobre as formas mais eficientes de adequar os quesitos exigidos pelas certificadoras às diferentes realidades organizacionais, visando conseguir, em curto prazo, uma certificação “verde” (Maimon, 1996; Layrargues, 1998).

Desta forma, Carrieri (2000) analisa que, particularmente no âmbito empresarial, parece haver uma tendência instrumental das práticas, em que são empregados princípios apenas utilitários e funcionais em relação ao meio ambiente. Tal fato condiciona a questão ambiental, até certo ponto, como mais um discurso a ser “comprado” pela organização. Este autor destaca que, nos discursos organizacionais, aparecem palavras como degradação, ciclo de vida do produto, índices aceitáveis de poluição e resíduos; porém, sem que haja uma real incorporação das acepções que tais termos trazem do discurso ecológico, que servem como instrumento para questionar o modo de produção da empresa.

Gomes (2000), neste sentido, também escreve que estas palavras começam a aparecer nas falas, projetos, estudos, sendo reproduzidas como se todos soubessem o que significam. Na concepção do autor, se houvesse uma checagem nas organizações e espaços de decisões a respeito da materialização destes conceitos “da moda”, pouco seria encontrado na prática e na realidade dos indivíduos.

## **5 - A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E SUAS CARACTERÍSTICAS: UM DESTAQUE À PÓS-MODERNIDADE COMO ÉPOCA**

Para Tonelli e Alcadipani (2000), a sociedade atual tem recebido inúmeras denominações por meio de várias narrativas que tentam compreender uma época marcada por aceleradas transformações e profundas mudanças na concepção de espaço e de tempo, devido às novas tecnologias produtivas e organizacionais, intensificadas a partir da década de 70. Os autores escrevem que o processo que incorpora tais transformações é descrito usualmente - em especial pela mídia - como *globalização*, todavia recebe outras denominações como, por exemplo: Sociedade Pós-Capitalista, Sociedade em Rede, Sociedade da Informática, Condição pós-moderna entre outras. Independentemente do nome, o consenso é que esta época se apresenta como crise, período em que se questionam padrões de conduta e desenvolvem-se novos hábitos.

Alguns autores, como Harvey (1992), têm denominado tal época como “Pós-Modernidade” e outros a chamam de “Modernidade Tardia”, como Giddens (1991).

Avaliando o termo “Pós-Modernismo”, para serem feitas maiores reflexões neste sentido, percebe-se seu surgimento na arte, pois foi ela quem primeiro detectou a crise da Modernidade. Contudo a bibliografia sobre Modernidade/Pós-Modernidade é extensa e abrange várias áreas, perpassando desde a teoria social até a estética. Assim, ocorrem inúmeros desacertos e confusões, especialmente quando expressões como Modernidade e Modernismo ou Pós-Modernidade e Pós-Modernismo são identificadas como sinônimas. Modernidade e Pós modernidade dizem respeito à época, com seu contexto histórico e cultural.

A Modernidade tem sua origem no Renascimento, momento em que o moderno apareceu para contrastar com a ordem tradicional, enquanto que a Pós-Modernidade assume um rompimento com a época moderna. Para Tonelli e Alcadipani (2000), quando analisam estas afirmações, escrevem que aí está implícito o surgimento de uma nova

totalidade social, que tem seus princípios organizadores próprios. Enquanto o termo “Modernização” refere-se aos efeitos do progresso econômico nas estruturas tradicionais, a Pós-Modernização, por sua vez, não recebe uma definição baseada em acontecimentos reais de mudanças institucionais ou processos sociais, havendo apenas possibilidades de derivação do termo a partir da referência de que a Pós-Modernidade representa uma nova ordem social, uma mudança de época.

Como última antinomia, aparece o Modernismo relacionado aos estilos associados com os movimentos artísticos originados na virada do século XX, apresentando uma estética de autoconsciência e reflexividade e estruturas narrativas que primavam pela simultaneidade e montagem entre outras características. O Pós-Modernismo artístico, por sua vez, emergente em fins da década de 60, representa, de acordo com Moura e Leite (2005), ecletismo, mistura de várias tendências e estilos e ausência de unidade, além de ser aberto, plural, inacabado, ou seja, sem definição precisa. Sua influência extrapolou o mundo da arte e perpassa pela cultura, o que tem alimentado as discussões a respeito da Pós-Modernidade.

## **6 – A VALORIZAÇÃO DAS IMAGENS E A VOLATILIDADE DAS MERCADORIAS**

Segundo Siqueira (1999), neste novo período, por ele considerado como Pós-Modernidade, a chamada economia da permanência cede lugar à economia da transitoriedade, em que tudo passa, os pontos de referência desaparecem e a obsolescência é planejada. O declínio das metanarrativas impede a afirmação de qualquer grande verdade, fazendo, desta época, o lugar do efêmero, do fugaz e da incerteza, decorrentes das profundas mudanças nos processos e nos mercados de trabalho, nos produtos e nos padrões de consumo. Grande parte dos pensadores afirma que, na Pós-Modernidade, impera a cultura do simulacro, ou seja, a simulação da realidade, dissipando a diferença entre o que é virtual (imaginário/aparente) e o real. Neste sentido, por exemplo, a foto de uma pessoa constitui seu próprio simulacro.

Além disto, segundo Harvey (1992), sistemas aperfeiçoados de comunicação e de fluxo de informações, associados às racionalizações das técnicas de distribuição, possibilitaram a circulação de produtos no mercado com maior velocidade em comparação a épocas anteriores. Para tanto, ele destaca três conseqüências advindas deste processo: (i) a primeira refere-se ao crescimento da volatilidade e efemeridade de modas, produtos, técnicas de produção, processos de trabalho, idéias e ideologias, valores e práticas estabelecidas. “A sensação de que tudo o que é sólido se desmancha no ar” (Harvey, 1992, p. 258); (ii) o segundo marco foi a ênfase na criação de produtos instantâneos e descartáveis, criando a “sociedade do descarte”, que, além da descartabilidade dos bens produzidos, “significa também ser capaz de atirar fora valores, estilos de vida, relacionamentos estáveis, apelo a coisas, edifícios, lugares, pessoas e modos de agir e ser.” (Harvey, 1992, p. 258); (iii) a terceira relaciona-se ao impacto sobre o comportamento das pessoas que foram forçadas a lidar com tal descartabilidade, novidades e perspectivas de obsolescência instantânea, implicando isto profundas mudanças na psicologia humana - problemas de “sobrecarga sensorial” e, muitas vezes como reação, a negação dos estímulos sensoriais e a necessidade de uma alta capacidade de adaptação.

O mencionado autor escreve também sobre o que considera uma possibilidade para dominar ou intervir ativamente na produção desta volatilidade e manipular gostos e opiniões: saturar o mercado com imagens. Destaca-se, neste ponto, a influência da publicidade e das imagens da mídia na manipulação de desejos e gostos, a partir de imagens que podem ou não ter relação com o produto que divulgam. Neste sentido, mais do que produzir as mercadorias propriamente ditas, o interesse maior está na produção de signos, imagens e sistemas de signos. Vale destacar que o tempo de giro do consumo de certas imagens pode ser bem curto, além de poderem ser vendidas em massa de modo instantâneo no espaço.

As empresas e os líderes (políticos e intelectuais) valorizam sua imagem como parte de sua aura de poder e de autoridade. Enquanto se acentua a adaptabilidade, a flexibilidade e o dinamismo do objeto (material ou humano), é preciso conservar a continuidade e a estabilidade da imagem, a qual se torna “o meio fugidio, superficial e ilusório mediante o

qual uma sociedade individualista de coisas transitórias apresenta sua nostalgia de valores comuns” (Harvey, 1992).

## **7 - A VALORIZAÇÃO DAS IMAGENS NAS ORGANIZAÇÕES**

É notório que a intensa valorização da imagem tem-se caracterizado como um aspecto marcante na sociedade pós-moderna, uma vez que esta contribui para o reconhecimento da marca e associa o nome da empresa à respeitabilidade, à qualidade, ao prestígio, à confiabilidade, à inovação etc. Por isso, nota-se que praticamente todas as grandes organizações passaram a investir fortemente na construção da própria imagem, para Holliday et al (2002) isso se dá como ferramenta de “marketing”, comunicação de resultados das empresas para as partes interessadas se tornando essencial para divulgar as suas ações da gestão ambiental e assim construir uma imagem da empresa responsável.

O Marketing, então, passa a demandar investimentos na mesma proporção de importância dos investimentos em outras áreas da empresa, já que o mesmo, segundo Tonelli e Alcadipani (2000), torna-se uma ferramenta essencial às práticas organizacionais (endomarketing e exomarketing), por meio dos quais as empresas vendem sua imagem para seus funcionários e para a sociedade em geral, buscando seduzir os trabalhadores (independente do seu nível de formação) e consumidores com sua aparência, para Alvesson (1990), estas constantes da sociedade vêm exercendo uma grande influência na vida organizacional, gerando uma tendência que consiste em mudar o foco de questões substantivas para uma ênfase crescente na manipulação de imagens. As organizações contemporâneas estão mais preocupadas em gerenciar sua imagem perante os consumidores e seus empregados do que em interferir na própria realidade. O importante não é fazer, e sim parecer que fez.

## **8 – A “COMERCIALIZAÇÃO” DAS IMAGENS**

As organizações contemporâneas estão inseridas em um ambiente, onde exercem o papel de produtoras e de consumidoras de imagens. Isto é explicado pelas características da própria sociedade atual e em especial do mercado que vem se formando e adquirindo características diferentes com relação aos tempos “modernos”.

Tonelli e Alcadipani (2000) defende que, nos novos tempos, a dominação dá-se pela sedução e pela repressão - que são complementares entre si. A sedução é vista como a ferramenta de integração e reprodução da dominação em uma sociedade de consumo. A sociedade, assim, vê-se dependente do mercado, devido à destruição de habilidades pessoais, técnicas, sociais, psicológicas e existenciais que fizeram com que as pessoas (e organizações) fossem obrigadas a se submeter à lógica do mesmo mercado, transformando-se, prioritariamente, em consumidores. A repressão, por sua vez, está relacionada com o poder disciplinar, descrito por Foucault, possuindo o papel de subordinar as pessoas que não estão submetidas ao mercado.

Casotti (1998), quando faz uma comparação entre o consumidor moderno e o pós-moderno, percebe que o primeiro está em constante busca do seu “eu”, com a ilusão de encontrá-lo; enquanto que o segundo não o procura, “pois admite diferentes “eus” através da mudança de produtos que representam uma imagem, procura auto-imagens que possam ser bem posicionadas para os outros. Além disso, um possível produto adquirido no mercado é independente das necessidades do consumidor, uma vez que este adquire o objeto pela imagem que ele representa, a qual é construída parcialmente com base na necessidade funcional.

Torna-se interessante observar que as próprias organizações que produzem mercadorias, colocando estas à disposição dos consumidores em tal mercado dominador, estão também sendo vítimas da sedução e repressão descritas por Bauman (1988). Dando apoio a esta afirmação, Tonelli e Alcadipani (2000) citam alguns autores para defender que as organizações e as pessoas são compelidas a procurar uma aparência da moda, adquirir o visual do momento, mas não como resultado de uma reflexão e de uma análise sobre suas peculiaridades, e sim como um comportamento defensivo frente a um ambiente desfavorável e altamente exigente. Neste sentido, Moura e Leite (2005) complementam que

prevalece na vida organizacional um saber cada vez mais provisório, volátil, no qual os conceitos e explicações – tão buscados e defendidos na Modernidade – são, neste outro momento, desestruturados e saturados, sendo substituídos pela constituição de diversas e passageiras maneiras de ser e crer.

## **9 – A QUESTÃO AMBIENTAL NA PÓS-MODERNIDADE: SUPERAÇÃO DA ÉTICA ANTROPOCÊNTRICA?**

Herculano (2000) apresenta a temática ambiental formada por um apelo universalizante, não corporativo e muito menos individual, pois diz respeito à sobrevivência de todos, gerando amplos questionamentos, de modo especial, sobre os modos como a sociedade produz, consome e se organiza politicamente. Leis & D'Amato (1995) confirmam este pensamento, ao considerarem que a problemática ambiental envolve a totalidade da realidade em suas dimensões econômica, científico-tecnológica, política, ideológica, social e cultural, uma vez que a sociedade não é natural nem artificial totalmente, e sim composta pelos dois aspectos. A sociedade, assim, deve ser entendida como um sistema complexo que não pode ser reduzido a nenhuma destas categorias, já que depende da biosfera e igualmente da cultura.

Analisando o histórico do ambientalismo, verifica-se que os temas relacionados ao meio ambiente são de conhecimento público, na medida em que já há uma consciência sobre a finitude dos recursos naturais e sua insuficiência para atender às demandas e ao consumo da população contemporânea. No entanto, há um claro desinteresse - consciente ou inconsciente - no que se refere à mudança de comportamentos, atitudes, percepções, quando tais mudanças não geram satisfação individual em um curto prazo. Diz-se que, na ética predominante, os indivíduos só vivem e são responsáveis pelas suas próprias vidas, o que leva muitos pesquisadores, jornalistas e vários membros da sociedade civil a afirmarem que ações ecologicamente responsáveis devem estar diretamente relacionadas a mudanças de valores.

Segundo este pensamento, Brügger (1996) completa que, para ser superada a atual crise ambiental planetária, os paradigmas sobre os quais se assenta a sociedade “não-ambiental” precisam ser revistos, uma vez que esta é também uma crise de modo de produção e consumo. Os problemas ambientais estão profundamente relacionados a um determinado estilo de vida, o qual está ligado a uma visão de mundo.

A fim de entender melhor estas afirmações, vale conferir a explicação do termo “ética”, proposta por Gomes (2000). Segundo o autor, ela vem da palavra grega “êthikê”, podendo ser traduzida como “a arte de dirigir a conduta”. Em relação à ética ambiental, Gomes (2000) escreve ainda que “a ética, por mais prática e funcional que ela possa ser nessa perspectiva de contribuir ao equilíbrio de todas as formas de vida, fundamentalmente da humana, serve como permanente meio de reflexão do indivíduo na direção de perceber sua conduta no meio social e ambiental”.

Partindo-se deste ponto, nota-se que a degradação ambiental está historicamente relacionada à ética antropocêntrica - que rege o próprio conceito de Modernidade. De acordo com esse sistema de valores, o homem é o centro de todas as coisas, a razão pela qual o mundo existe. Difundiu-se, assim, o racionalismo cartesiano que vem predominado na ciência desde então, legitimando a separação entre a natureza e o homem e dando base para que o homem se sinta no direito de dominá-la, sujeitá-la e utilizá-la. Na base do dualismo homem/natureza, encontra-se a origem filosófica da crise ecológica moderna (Grün, 1996). “Os mistérios da natureza revelados sob tortura, como uma natureza esquarterada nos vários pedaços que são as diferentes ciências, leva-nos a uma natureza-morta.” (Gonçalves, 2000).

Segundo Oliveira (2000), a emergência das questões ambientais tem profundas implicações na conformação dos saberes, conduzindo a sociedade a repensar sobre os marcos teóricos e paradigmáticos do mundo contemporâneo. A crise do processo civilizatório clama pela reconstrução de valores, embasados em uma nova ética de promoção de vida e capazes de revelar a dignidade humana e de levar o homem a repensar sua atuação como ser social e sua relação com a natureza.

Desta forma, percebe-se que a questão ambiental é muito mais complexa do que parece. Entretanto, aproveitando-se dos reducionismos existentes em torno desta temática e das características da sociedade atual, que prima pela valorização de imagens e pela efemeridade dos conhecimentos e informações, as empresas têm construído uma aparência que deve ser questionada constantemente, a fim de ser verificada a veracidade das informações veiculadas.

Além disso, o grande ponto de reflexão é com relação ao reducionismo “mercadológico” que gera, nos ambientes organizacionais, uma tendência de que basta seguir normas internacionais ou divulgar selos ecológicos para tornar-se ambientalmente correta.

## **10 – CONCLUSÃO**

Neste artigo, ressaltou-se a influência que a chamada Modernidade exerceu na constituição de uma sociedade baseada na busca de objetivos racionais e do controle do homem sobre a natureza. Sendo conveniente lembrar, no entanto, que, desde meados de 70, os resultados do sistema até então vigente vêm sendo colocados em questionamento, dando ênfase ao surgimento do conceito de Pós-Modernidade, como uma nova época e que, como tal, exige novas formas de entender a sociedade, segundo Prakash (2000) a teoria neoclássica não explica a adoção de programas voluntários além da conformidade legal, leva somente em consideração a visão do longo prazo empresarial, objetivando o retorno.

As mudanças sociais, conforme exposto, são inegáveis, salientando-se, em especial, a volatilidade e a efemeridade que contagiaram os setores da sociedade, bem como a enorme influência dos meios de comunicação de massa nos modos de conduta das pessoas e das organizações, ajudando, de forma considerável, na passagem de uma sociedade industrial a uma de consumo. Estes atores sociais, ao mesmo tempo em que produzem imagens, à medida que oferecem produtos com a impressão de satisfazerem todas as necessidades dos consumidores, são vítimas da sedução deste mesmo mercado, para Epelbaum (2004) as grandes mudanças em andamento na sociedade originaram crescentes pressões das várias partes interessadas, propiciando novos riscos e oportunidades competitivas e levando ao questionamento de razão de ser da empresa.

Convém atentar ainda que foi, principalmente na década de 90, que as organizações privadas assumiram o discurso de defesa por um ambiente mais saudável e pela construção de uma melhoria de qualidade de vida para a população. A sociedade tem assumido um papel importante nesse contexto, sofrendo mudanças profundas, levando as empresas a mudanças constantes para acompanharem, segundo Elkington (2001) vem ocorrendo 7 mudanças que estão moldando a necessidade de se buscar a sustentabilidade nos negócios, destacando-se a transformação dos valores humanos e sociais, a maior amplitude de visibilidade no ciclo de vida dos produtos, mas muito ainda precisa ser feito, as empresas tem se preocupado mas em receber certificados do que com a própria objetividade do assunto ambiental, Furtado et al (2000) critica os sistemas de gestão ambiental que se apoiam nos certificados e normas, como sendo somente sistemas administrativos, sem maiores compromissos com a questão ambientais, para Zolcsak (2002) as empresas tem se comprometido com a gestão ambiental como uso de instrumentos normativos de fiscalização e controle preventivos e corretivos, a ela se antepõe ao planejamento ambiental.

Para dar maior ênfase nessa questão da construção da imagem ambiental junto a empresa, segundo Robert (2002) em seu trabalho de consultoria realizado em varias empresas, ele observa que elas somente tem se preocupado com a obrigação do cumprimento das normas para receber certificados do que o próprio objetivo de ser, o meio ambiente.

O esforço deve vir de todas as empresas, não somente as que dispõem de mais recursos financeiros ou ate mesmo as maiores, segundo Demajorovic et al (2001) indica que a adoção de tecnologias pelas pequenas e medias empresas ainda se limitam ao controle da poluição para atender a legislação, ainda sendo pouco comum a adoção da prevenção da poluição, Silva (2003) argumenta a existência de 13 fontes no Brasil de financiamento

para a produção mais limpa e 5 internacionais, sendo 9 a fundo perdido, porém sinaliza que poucas empresas se utilizam deste recursos.

Entretanto, reflexões constantes devem ser feitas em torno das imagens criadas pelas empresas, pois, mesmo que haja o discurso e a aparência, percebe-se que a ética antropocêntrica e mercantil ainda predomina. Como escreve Freitas (2000), “é neste momento histórico específico que podemos verificar uma tendência reducionista que atribui ao aspecto econômico a importância de todas as coisas”.

## 11 - BIBLIOGRAFIA.

ALVESSON, M, **Organization: From Substance to Image?** Organization Studies; Berlin; 1990;

ALVESSON, M.; DEETZ, S. **Teoria crítica e abordagens pós-modernas para estudos organizacionais.** In: CLEGG, S. HARDY, C., NORD, W. (org.) Handbook de estudos organizacionais, vol. 1. São Paulo: Atlas, 1999.

AMÂNCIO, R., **Economia do meio ambiente.** In: GOMES, M.A.O., BARBOSA, J. H., PAULA, M. das G., AMÂNCIO, R. NAVES, F.L. OLIVEIRA, M. S. de. Introdução ao estudo de gestão e manejo ambiental. Lavras: UFLA/ FAEPE, 2000.

BANERJEE, S. B.; IYER, E. S.; KASHYAP, R. K. Corporate environmentalism: antecedents and influence in industry type. Journal of Marketing, Chicago, v 67, n2, 2003.

BRÜGGER, P. **A ética profissional e o espírito do capitalismo:** uma questão ambiental. Revista de Ciências Humanas, Florianópolis, v.14, n.19, mar, 1996

CARRIERI, A. de P. **O Meio Ambiente:** discurso consistente ou retórica? In: XXIV Encontro da ANPAD (Florianópolis, 2000). Anais... Florianópolis: ANPAD, 2000.

CASOTTI, L. **Marketing Moderno e Consumidor Pós-Moderno?** In Anais... ENANPAD 1998

DEMAJOROVIC, J.; MAC DOWELL, S.; SEO, E. .S. M. **Pequenas e médias empresas:** desafios e perspectiva para a gestão ambiental em um contexto de competitividade. In ENCONTRO NACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 6, São Paulo, 2001. **Anais.** São Paulo: USP/FGV, 2001, p. 130-140.

ELKINGTON, J. **Canibais com garfo e faca.** São Paulo: Makron Books, 2001.

EPELBAUM, M. **A influencia da gestão ambiental na competitividade e no sucesso empresarial.** S.P. São Paulo: USP, 2004 (Dissertação de Mestrado).

FREITAS, M. E.de, **Contexto social e imaginário organizacional moderno.** Revista de Administração de Empresas, v.40, n.2, p.6-15, abr./jun., 2000

FURTADO, J.S.; SILVA, E.R.S.; MARGARIDO A.C. **Estratégia de gestão ambiental e os negócios da empresa.** São Paulo: Fundação Fanzoline, 2000.

GIDDENS, A. **As conseqüências da Modernidade.** São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

GOMES, M.A.O. **Filosofia e Ética Ambiental.** In: GOMES, M.A.O., BARBOSA, J. H., PAULA, M. das G., AMÂNCIO, R. NAVES, F.L. OLIVEIRA, M. S. de. Introdução ao estudo de gestão e manejo ambiental. Lavras: UFLA/ FAEPE, 2000.

GONÇALVES, C. W. P. **Um pouco de filosofia no meio ambiente.** In: QUINTAS, J. S. (org.). Pensando e praticando educação ambiental na gestão do meio ambiente. Brasília: Ed. IBAMA, 2000.

GRÜN, M. **Ética e educação ambiental:** a conexão necessária. Campinas - SP: Papirus, 1996

HARVEY, D. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural.** São Paulo: Loyola, 1992.

HASSARD, J. **Sociology and organization teory.** Cambridge: Cambridge University Press, 1993.

HERCULANO, S. C. **A consciência da solidariedade.** In: TAMAIO, Irineu e SINICO, Sandra. Educação Ambiental: 6 anos de experiência. São Paulo: WWF Brasil ,2000.

HOLLIDAY, C.; SCHMIDHEINY, S.; WATTS, P. **Cumprido o prometido:** casos de sucesso de desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Campus, 2002

KNUTH, K. R. **Gestão ambiental: um estudo de caso para o setor têxtil** – S.C. Florianópolis: UFSC, 2001 (Dissertação de Mestrado)

LAYRARGUES, P.P. **A cortina de fumaça: o discurso empresarial verde e ideologia da racionalidade econômica**. São Paulo: Annablume, 1998.

LEFF, E. **Epistemologia Ambiental**. São Paulo: Cortez, 2001

LEIS, H. R. e D'AMATO, J.L. **O Ambientalismo como movimento vital: análise de suas dimensões histórica, ética e vivencial**. In: CAVALCANTI, C. Desenvolvimento e natureza: estudo para uma sociedade sustentável. São Paulo: Cortez; Recife-PE: Fundação Joaquim Nabuco, 1995.

LEWIS, H.; GERTSAKIS, J. **Design + environment**. London: Greenleaf, 2001

MAIMON, D. **Passaporte Verde: gerência ambiental e competitividade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

MATA, S.F. da; GAVAZZA, S.; ALMEIDA, M. C. M. A.; OTTONI, A. B. **Educação Ambiental o desafio do século: um apelo ético**. Rio de Janeiro: Editora Terceiro Milênio, 1998

MOREIRA, R. **A Pós-Modernidade e o Mundo Globalizado do Trabalho**. Revista Paranaense de Geografia, n.02, 2ª Edição - julho/99. Disponível em <<http://www.agbc Curitiba.hpg.com.br/Revistas/Rpg2/6moreira.htm>>, acesso em 19/06/2005.

MOURA, A.O.; LEITE, L. V. **Pós-Modernidade: contemplação de indefinidas performances culturais**. Disponível em <<http://www.faced.ufba.br/~nepec/noesis2/aleite.htm>>, acesso em 29/07/2005.

NAVES, F. L. **Gestão Ambiental**. In: GOMES, M.A.O., BARBOSA, J. H., PAULA, M. das G., AMÂNCIO, R. NAVES, F.L. OLIVEIRA, M. S. de. Introdução ao estudo de gestão e manejo ambiental. Lavras: UFLA/ FAEPE, 2000.

OLIVEIRA, E. M. **A crise ambiental e suas implicações na produção de conhecimento**. In: QUINTAS, J. S. (org.). Pensando e praticando a educação ambiental na gestão do meio ambiente. Brasília: IBAMA, 2000.

PIMENTA, S. (Coord.). **Recursos humanos: uma dimensão estratégica**. Belo Horizonte: UFMG/FACE/CEPEAD, 1999.

PRAKASH, A. **Greening the firm: the politics of corporate environmentalism**. Cambridge: Cambridge University, 2000.

REIGOTA, M. **Meio ambiente e representação social**. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

ROBERT, K. **The Natural step: a historia de uma revolução silenciosa**. Rio de Janeiro: Campus, 2002

SILVA, R. C. **Financiamento para a produção mais limpa: análise do caso brasileiro**. In ENCONTRO NACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 7, São Paulo, 2003. **Anais**. São Paulo: USP/FGV, 2001.

SIQUEIRA, H.S.G. **Pós-Modernidade: a questão da incerteza**, Jornal A Razão, nov.1999. Disponível em <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi.html>> acesso em 21/06/2001.

TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e o novo ambiente empresarial**. Revista Brasileira de Administração, n.32, mar, 2001, p.38-48

TONELLI, M. J., ALCADIPANI, R. **Organizações Pós-Modernas: uma discussão sobre as novas competências requeridas aos gestores e a maquiagem do self**. In: XXIV Encontro Anual da ANPAD. (2000: Florianópolis), Anais... Florianópolis: ANPAD, 2000.

VALLE, C. E. **Qualidade ambiental: como ser competitivo protegendo o meio ambiente (como se preparar para as normas ISO 14000)**. São Paulo: Pioneira, 1995.

ZOLCSAK, E. **Difusão do conhecimento sobre o meio ambiente na industria**. S.P. São Paulo: USP, 2002 (Tese de Doutorado)