

# GESTÃO.Org

Revista Eletrônica de  
Gestão Organizacional

ISSN 1679-1827

[www.gestaoorg.dca.ufpe.br](http://www.gestaoorg.dca.ufpe.br)

Volume 5, Número 2, mai./ago. 2007

---

---

## **SOCIOAMBIENTAL: O PERIGO DA DILUIÇÃO DE DOIS CONCEITOS**

**José Carlos Lázaro da Silva Filho**

UFCE

**Reflexão**

---

---

**UFPE**  
**PROPAD**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO



O termo “socioambiental” tem sido ampla e indiscriminadamente usado não só pelas empresas, mas em estudos acadêmicos. Podemos entender esse uso não preciso por parte das empresas como uma estratégia de divulgação e busca de um apelo junto ao grande público (fica ao consumidor a reflexão do que seria um “Banco Socioambiental”?). No entanto, apesar de já existir uma produção acadêmica considerável com uma preocupação conceitual, têm-se encontrado artigos que, na busca de simplificar uma introdução a estudos de caso em organizações sobre a questão ambiental, e/ou sobre a questão social, façam mão do termo qualquer preocupação conceitual.

Autores têm usado o esse adjetivo composto - com diferentes grafias - para ilustrar diferentes situações que englobam alguma ação, ou de responsabilidade social com traços de preocupação ambiental ou inversamente ações ligadas à gestão ambiental com traços de preocupação com algum aspecto social. Em casos extremos, aderindo ao conceito diluído proposto pelo marketing organizacional, considerando simplesmente socioambiental uma nova grafia para ambiental ou social, acreditando que uma transversalidade hipotética cria um conceito real.

Esse ensaio propõe uma reflexão por parte do meio acadêmico sobre o conceito e o uso do termo, buscando a linha histórica de duas correntes que podem ser consideradas as criadoras do mesmo nos estudos sobre empresas no Brasil: uma ligada à Gestão Ambiental Empresarial, e outra derivada da discussão sobre a Responsabilidade Social Empresarial.

Nota-se que há ainda uma corrente ligada ao movimento social, que apesar de sua desconexão aparente da análise de empresas, pode ter influenciado na terminologia: o Sócio-Ambientalismo.

### **A Emergência da Questão Ambiental Global e sua Chegada nas Empresas**

A virada da década de 1960 para de 1970 é considerada por muitos autores um ponto de inflexão da postura do ser humano frente o meio ambiente. Com a organização pela ONU da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (CNUMAH) em 1972, Estocolmo, fica institucionalizada a relevância do tema para a sociedade.

Embora a CNUMAH parecesse ter um fórum institucional de nações, sua convocação se deve como resposta as conseqüências sobre o meio ambiente do crescimento das atividades industriais (empresariais), nele as conseqüências do paradigma industrial começam a ser vistas como tranfronteiriços, isto é globais. Poucos autores notam que essa conferência foi agendada em um dos países que sofria diretamente com o esgotamento do modelo industrial e as conseqüências internacionais (globais) da intensa industrialização do centro da Europa: As emissões industriais começavam a provocar o aumento de chuvas ácidas na Escandinávia, e essas chuvas estavam causando a morte de parte de suas florestas, essas ultimas matéria prima da indústria de celulose local.

Nesse início de década Herman Daly, organizando uma coletânea de textos científicos, propõe em sua contribuição a existência de um “novo paradigma socioeconômico” (1973:1-36), que teria

então seu momento início. Seguindo a análise de revoluções científicas e paradigmas de Thomas Kuhn, esse paradigma (reiterado por Catton e Dunlap, 1978) sofre um processo de difusão na comunidade científica global e evolui até um primeiro marco de consolidação: a publicação em 1987 pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), o livro "Nosso Futuro Comum" (WCED, 1987). Nesse documento se define uma nova visão para o desenvolvimento global, se considerando além do aspecto econômico, o meio ambiente e a equidade social, o desenvolvimento sustentável.

Desde o momento da inflexão de paradigma, passa-se a incluir a questão ambiental em agendas nacionais (com diferentes destaques em cada País). No entanto esse aumento nem sempre linear, isso pode ser interpretado como dependente da velocidade de absorção dessa questão nas preocupações da comunidade científica, nos Governos até os vários setores da Sociedade, entre eles suas Organizações.

Nota-se que após a absorção pelo Governo (via CNUMAH) e por uma parte da comunidade científica, o paradigma começa a ser introduzido na sociedade através de regulamentação e ativismo social frente às informações. Assim algumas organizações da sociedade passam a enfrentar mais rapidamente a alternância de paradigma: empresas de indústrias que em seu processo possuem uma interface com o meio ambiente, seja no uso de recursos naturais, seja como utilizador do que até então se chamava do serviço do meio ambiente de absorção de rejeitos dos processos produtivos (sólidos, líquidos ou gasosos).

Em relação ao meio ambiente, essas empresa passam por duas fases iniciais de posicionamento (HOFFMAN, 1990), uma já

anterior a alternância de paradigma, onde as empresas tratavam seus resíduos como problemas operacionais, resolvidos internamente conforme sua avaliação, e outra (logo após a CNMAH) onde o Estado passa a regular as emissões e as empresas a focar suas ações nessas. Após essas fases seguem-se duas outras fases de posicionamento. Numa terceira fase, frente à reação do ativismo, elas agem além da regulação, e numa quarta fase elas passam a incluir sua interface com o meio ambiente em suas estratégias. Nessa última fase podemos considerar que nasce a Gestão Ambiental Empresarial.

Um marco global do início da terceira fase seria a iniciativa, em 1985, de um grupo de indústrias químicas canadenses na definição de princípios de atuação em relação ao meio ambiente, a *Responsible Care*. A evolução para quarta fase se dá na década de noventa, onde várias iniciativas que vão confirmando a integração das questões ambientais na estratégia das empresas no mundo: A definição dos "Princípios Valdez" pela CERES, (*Coalition for Environmentally Responsible Economics*), a idealização do *Total Quality Environmental Management*, TQEM, pela *Global Environmental Management Initiative* (GEMI), ambos em 1990; a definição pela Câmara de Comercio Internacional, ICC, de seus princípios em relação ao meio ambiente (em 1991) e do conceito de Ecoeficiência (em 1992), e as normatizações do que seria um Sistema de Gestão Ambiental, o EMAS (*Environmental Manangement and Audit Schema*) do Conselho da Comunidade Económica Européia (em 1993); seguido pela norma a ISO 14000 (em 1994) da Organização Internacional de Normalização.

Dentro desse panorama global, devemos considerar a especificidade do

Brasil, que no início da década de 1970 se encontrava na busca por índices de crescimento do paradigma anterior e sobre uma ditadura militar. O posicionamento final oficial do Brasil na CNUMAH, de 1972, ilustra essa situação: naquele momento a posição brasileira era defensiva ao paradigma existente, pois o País ainda estava por “crescer” e precisava de “crescimento” industrial dentro do paradigma anterior.

Podemos notar uma defasagem considerável nas duas primeiras fases propostas por Hoffman (1990), no entanto uma possível influência do panorama das indústrias químicas globais interfere através de suas filiais nacionais na gestação do que vem a ser chamado Gestão Ambiental Empresarial no Brasil. O processo de recuperação da defasagem brasileira em relação aos países industrializados pode ser reconhecido, quando em 1992 a Associação Brasileira da Indústria Química (ABIQUIM) lança o programa “Atuação Responsável” (praticamente uma tradução da iniciativa *Responsible Care* de cerca de sete anos antes).

Junto com as empresas químicas, outros setores com maior impacto (que sofrem maiores pressão de controle do Estado e da Sociedade) passam através de programas ou princípios a tratar da questão ambiental estrategicamente. Isso significa ir além vincular sua relação com o meio ambiente externo além de uma função de controle operacional, estabelecendo um sistema dentro empresa que difunde princípios, informações e atividades relacionadas com a variável ambiental da empresa, o Sistema de Gestão Ambiental (SGA). Em 1996 é lançada a norma ABNT:ISO 14000 no Brasil, e com isso podemos considerar a consolidação final do tema nas empresa, no momento que se cria

um padrão para a Gestão Ambiental Empresarial.

Esse novo paradigma e a evolução nas organizações criou um campo dentro estudos organizacionais, que cientificamente vem criando base conceituais sólidas. Olhando no site de periódicos da CAPES, têm-se um número considerável de revistas internacionais com foco em “*Environmental Management*”, todos contendo a área de administração, ou de organizações. No início da década de 1990 já alguns autores pioneiros (DONAIRE, 1994; 1995 e MAIMON, 1994) passam analisar o tratamento da questão ambiental dentro das organizações empresariais, a Gestão Ambiental, nascendo um campo dos Estudos Organizacionais (da administração) no Brasil – incluído inclusive na tradução do *Hanbook of Organizational Studies*, livro de Clegg, Hardy e Nord sobre novas tendências da área (Egri & Pinfield 1996). Soma-se a isso as Ciências da Administração (ou Estudos Organizacionais), abre espaço para esses estudos, tanto em revistas e no seu encontro científico mais importante, o EnANPAD, quanto num encontro específico, o Encontro Nacional de Gestão Empresarial e Meio Ambiente (ENGEMA), o que pode ser considerado uma consolidação da área.

Além da consolidação acadêmica, há também uma evolução da questão ambiental no Brasil e Global através da RIO-92. Junto a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), foi realizada paralelamente a reunião de empresários para a fundação de Conselho Mundial de Empresas para o Desenvolvimento Sustentável (CMEDS), *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*.

Nota-se que a CMEDS foi idealizada com o foco era propagar a inclusão da Gestão

Ambiental nas estratégias das empresas. No entanto, um efeito colateral da simultaneidade com os outros eventos realizados na RIO92 (como o Fórum Global da ONGs), foi trazer para empresas que já estavam desenvolvendo a Gestão Ambiental, a questão da tripla sustentação do conceito de sustentabilidade, questão discutida na CNUMAD e incluída em documentos do encontro como a Agenda 21.

Nesse ponto podemos identificar o que seria a “fecundação” da abordagem *Socioambiental* (na realidade da sustentabilidade empresarial). Isto é derivando-se da Gestão Ambiental as empresas que querem contribuir a sustentabilidade sociedade global devem incluir a variável social nas suas atividades – nota-se, no entanto que o *Responsible Care* já incluía alguns itens “sociais” em seus princípios, como “diálogo com a comunidade”, embora com enfoque de segurança.

Esta “fecundação” em 1992 acaba por gerar um embrião conceitual em 1998: trabalhando como consultor de empresas globais na busca da sustentabilidade, John Elkington (1998), reflete sobre a sustentabilidade do capitalismo e das organizações e propõem que as empresas nesse novo paradigma da sustentabilidade devem ter três linhas de resultados que separam os resultados negativos dos resultados positivos. Baseado na triplicidade do conceito de sustentabilidade, elas ter uma análise de resultados econômicos, uma análise de resultados ambientais e uma terceira de resultados sociais. Só com este “Triple-Bottom-Line” de resultados positivos pode-se considerar que a empresa está dentro do novo paradigma global. Diferente da preposição usual de um triângulo, se propõem, três linhas horizontais paralelas

que possuem uma área (zona geométrica) sobre elas. Essas áreas em caso de harmonia sustentável se sobrepõem gradativamente, no entanto, quando elas “se movem” como placas tectônicas geram áreas onde não há intersecção, onde não há intersecção cria-se uma área não sustentável.

Deve-se ressaltar que o próprio Elkington em sua introdução salienta que a variável social tem sido esquecida, ou pouco analisada nas análises de sustentabilidade empresarial, e chama atenção ao que ele denomina o “Factor Bardot”: A diva do cinema francês das décadas de 1960 e 1970, além de um filão econômico, tem se engajado na proteção de animais, o que significaria um avanço no paradigma da sustentabilidade. No entanto, *SE* seu posicionamento político discriminatório entra em conflito com a terceira linha mínima de resultados da sustentabilidade (no caso da entidade “Diva Brigit Bardot”), a de equidade social.

O avanço da busca pela contribuição das empresas pela sustentabilidade global, agora com suas três bases conceituais - economia, ambiente e sociedade - é marcado pela criação entre 1997-1998 da Global Reporting Initiative (GRI) pela CERES.

Também o CMNDS na virada do século absorve o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), consistindo esse no comprometimento das empresas em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, lidando com empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade como um todo, objetivando melhora da qualidade de vida. O CMNDS explicita que, a ação ambiental vai além das restrições e concessões estatais, assim as propostas envolvidas não confrontam os anseios dos acionistas e podem, a longo prazo, ampliar

suas margens de lucro, de forma sustentável. Observando essa definição da CMNDS nota-se que a inclusão da variável social não significa a criação de um novo conceito e sim a assimilação de uma questão que tem seu histórico independente e vinha na década de 1990, sendo cada vez mais exposta, inicialmente em empresas globais que não pertenciam a setores ligados diretamente a variável ambiental.

### **Responsabilidade Social Empresarial**

Ao se revisar essa segunda base da sustentabilidade empresarial, a questão social, exige um tratamento pelas empresas, e seu histórico deve ser analisado sob dois aspectos, um interno e outro externo. Assim a gestão social deve incluir dois eixos: o primeiro ligado à tradicional gestão de pessoas; e o segundo uma nova questão, e às relações com a comunidade. Ambos os eixos podem sofrer pressões, seja pelo mercado, pela legislação ou pela sociedade local, e estão ligados a percepção de uma Responsabilidade Social Empresarial (RSE), a *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Uma das publicações que pode ser considerada entra as centrais do tema no Brasil, é o livro editado por Patrícia Ashley em 2001 (junto com o Livro de Tenório, 2001). Em seu capítulo da segunda edição, Ashley faz uma retrospectiva sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), remontando a antes do século XIX, quando os Governos ainda tinham o papel corporativo de empreender, com as corporações privadas assumindo o papel empreendedor no século XIX isso é esquecido. A autora coloca como a redenção do papel social o caso "Dodge vs. Ford" ocorrido em 1919, onde Henry Ford foi processado por acionistas minoritários (no caso John e Horace Dodge) por não estar

visando o lucro máximo dos acionistas ao reinvestir lucros na capacidade da produção e **aumento de salários** (ASHLEY, 2006). Enquanto que a retrospectiva da autora analisa os aspectos externos, esse fato histórico pode ser considerado um marco dos aspectos internos da empresa que evoluíram junto com a ampliação da ciência da administração para além da abordagem Fordista-Taylorista.

Um dos principais autores internacionais nessa área, Archie Carrol analisa o histórico da CSR, focando a ótica externa o autor propõe a década de 1950 como o embrião do que seria a era moderna do CSR, com a publicação do livro de Howard R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, em 1953 (CARROL, 1999). No entanto, segundo Carrol o início de uma tematização mais ampla dessa questão começa também da década de 1970, quando Harold Johnson apresenta a responsabilidade social das empresas como uma questão mais ampla, que envolve empregados, fornecedores, clientes, comunidades locais e a sociedade de todo o País. Na Europa, nesse começo de década têm-se dois exemplos que podem ser considerados o embrião empírico da RSE: Na Alemanha, a empresa STEAG produz em 1971 um relatório sobre suas atividades sociais; e na França, em 1972, a empresa SINGER realiza o primeiro balanço social nos conceitos mais atuais de RSE.

Ainda seguindo a revisão histórica dos conceitos, Carrol (1999) apresenta a discussão teórica sobre as dimensões da RSE, destacando ainda na década de 1975 o trabalho de S. Prakash Sethi, onde se define três níveis: obrigação social, isto é, o comportamento corporativo ante as imposições legais e econômicas; responsabilidade social, que vai além da anterior, e eleva o nível das ações a um

contexto de normas sociais, valores e expectativas quanto a performance; e, por fim, atuação social, que consiste em atender às necessidades sociais de forma antecipada e preventiva. Salieta-se, no entanto que Carrol, assim como outros autores não consideram o nível de obrigações legais como para da RSC, mas devemos levar em conta a

Dentro desse histórico, o avanço do tema nos Estudos Organizacionais pode tem um outro marco com a proposta em 1984 de um dos gurus da administração, Peter Drucker, da compatibilidade entre as responsabilidades e a lucratividade, ou seja, converter a responsabilidade social da empresa em oportunidade de negócios, evento citado tanto por Carroll (1999) quanto por Tachizawa (2005),

Embora Carrol (1999) nem considere a questão do cumprimento legal como responsabilidade social (ou ambiental), a consolidação das pressões regulamentadoras de Estado, cria uma diferença histórica entre a questão social interna (trabalhista) e a questão ambiental nas empresas. Por outro lado, a existência de um mercado com exigências ambientais (mesmo que localizado e diferenciado) cria uma pressão sobre algumas empresas, que não sofrem ainda pressões externas sociais. Essa diferença faz com que nas empresas a gestão social tenha historicamente um setor (RH e ou Gestão de Pessoas) focado na "*bottom line*" social interno, sendo o aspecto "externo", as relações com a comunidade, quase nunca considerado.

No Brasil, conforme Lima et al. (2006) a RSE teve seu começo pela metade da década de 1970, evoluindo especialmente no final da década de 1990.

Nessa década com o desenvolvimento do conceito de responsabilidade social, em consequência das discussões sobre moral e

ética nas empresas, empresas começaram incluir a dimensão social nas suas gestão e primeiros balanços sociais começam a ser publicados, como os das empresas FAFEN (ex-Nitrofertil) e a Telebrás ainda na década de 1980. Entre os pioneiros do balanço Social tem-se ainda o BANESPA, em 1992 (Trevisan, 2002) Na segunda metade da década, 1997, o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), em parceria com sociólogo Herbert de Souza, promove uma campanha pela difusão da idéia da realização do balanço social pelas empresas. Esse futuramente, junto com o grupo Gazeta Mercantil, passa a ser avaliado identificado através de um "Selo de Balanço Social IBASE", a fim de motivar que as empresas divulgassem sua participação social.

Em 1998, foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, por Oded Grajew, o qual tinha como meta a disseminação da responsabilidade social empresarial. Em 1999, 68 empresas divulgaram seu balanço social no Brasil. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) divulgou notícia, segundo a qual havia já em 2006 465 mil companhias no País exercendo a responsabilidade social, como afirma Trevisan (2006).

A responsabilidade social, conforme refere Kraemer (2005) corroborando Peter Drucker, deixou de ser uma opção para se tornar uma questão de estratégia e sobrevivência para as empresas. As organizações têm de lidar com a destinação de parte do patrimônio para sanar danos causados ao meio ambiente, além de serem incentivadas pelo poder público e pelos seus stakeholders (comunidade, clientes, funcionários, fornecedores e ONG's), a focalizar seus impactos ambientais e sociais, reduzir custos associados e elaborar

relatórios para uma sustentabilidade ambiental maior.

Assim, o marketing social alia a imagem da empresa a suas ações sociais, definindo a aplicação dos recursos em uma causa determinada, de modo a criar uma identidade da empresa perante a população. Conforme relata Trevisan (2002,7), “diferentemente de uma política de doações ou de assistencialismo aleatório, que pode gerar dificuldades para o consumidor associar a imagem da empresa a um projeto social específico, o marketing social visa definir a correta aplicação dos recursos em uma causa determinada, de modo a tornar essa atuação social mais eficiente e criar uma identidade perante o público”.

### **Sócio-Ambientalismo**

Paralelo às histórias da tematização das questões ambiental e social pela empresas - que parecem tenderem a se juntar, há um outro conceito ligado a fusão das questões sociais e ambientais, o que duas áreas distintas, a sociologia e a ecologia, conceituaram de Sócio-Ambientalismo, Ecologismo Social, Ecologismo Popular, ou Ecosocialismo (VIOLA e LEIS, 2001; ALIER, 1998; MINC, 1985; CROALL & RANKIN, 1982).

Uma das abordagens origina-se na interpretação do desenvolvimento do ambientalismo no Brasil. Após a fase dicotômica do ambientalismo brasileiro, até a metade da década de 1980, começo a surgir no Brasil um “Ambientalismo Multisetorial”: Dentro dos cinco setores que podem ser identificados a partir da metade da década de 1980 (que serão expandidos a oito) aparece o Sócio-Ambientalismo (grafia de Viola & Leis 2001, frente à evolução dessa abordagem nas Ciências Sociais - em Viola 1991, comentava-se “o setor do ambientalismo

ligado aos movimentos sociais”). Esse seria: o ambientalismo das “organizações não governamentais, sindicatos e movimentos sociais que tem outros objetivos precípuos, mas incorporam a proteção ambiental como uma dimensão relevante de atuação” (VIOLA & LEIS, 2001:135).

Embora o maior foco dos estudos de Gestão Ambiental tenha sido as empresas, até pelo impacto das atividades dessas no meio ambiente, conforme salienta Viola, organizações não governamentais passam a tematizar o meio ambiente (ou perceber-se como parte dessa discussão).

Esse chamado terceiro setor caracteriza-se pela diversidade de entidades, com tipos de organizações representando diferentes grupos da sociedade, por exemplo, com Institutos (como o IBASE, e ETHOS), Sindicatos e Cooperativas Rurais. A interação acaba por propagar um conceito do Sócio-Ambientalismo, como uma derivação das funções sociais, com a inclusão das variáveis ambientais em seu foco de atuação, mesmo quando essa variável não tenha uma expressividade real. Alguns autores chegam a propor que “com a RIO-92 o tema ambiental é incluído na tematização social”.

A interação crescente das influencia das organizações do terceiro setor sobre as empresas acaba por fazer com que a terminologia do terceiro setor seja incorporada por empresas que sofrem as suas pressões sociais, muitas vezes ignorando, não só o problema básico da diferença entre objetivos organizacionais e papel na sociedade desse diferentes grupos, mas ignorando que o setor empresarial já tem um histórico de abordagem ambiental.

Nota-se que essa abordagem dos movimentos sociais tem poder na academia. Tanto que a ANPAD em seu Encontro Nacional, interpreta a questão Ambiental e o



agrupamento das publicações sobre a Gestão Ambiental (Empresarial, Estatal e Global) como um sub-tema de “Administração Pública e Gestão Social”, a “Gestão Social e Ambiental”, que embora tenha se mantido no título sem o problema conceitual do termo Socioambiental aparenta ter um caráter derivado do Sócio-Ambientalismo, pois agrega artigos do amplo terceiro setor.

### **Refletindo sobre o conceito “Socioambiental”**

Apesar das três abordagens chegarem em suas linhas históricas ao que seria um adjetivo coerente, “socioambiental”, quando se propõem uma intersecção das abordagens cria-se uma área nebulosa. Nota-se que, principalmente quando o adjetivo “socioambiental” é usado a substantivos abstratos como Gestão, Responsabilidade, não observando um equilíbrio entre as dimensões e mesmo uma ponderação das atividades, **pode-se** provocar uma diluição conceitual.

Como motivos para um uso não atento do termo, que causa o enfraquecimento conceitual, podemos identificar:

a) Inicialmente a falta da percepção ou negligência, da existência de que pelo menos três abordagens das organizações discutem o tema, isto é, a intersecção ou transversalidade, das temáticas ambiental e social. Isso pode ser, em alguns casos, o aspecto gerador de outros motivos;

b) Ao desconsiderar que empresas que atuam em atividades diferentes interferem no meio ambiente com intensidades variadas, cria-se uma padronização de algo não padronizável. Essa desconsideração gera um adjetivo que pode igualar, por exemplo, uma mineradora a uma loja de sapatos. Nota-se que essa

padronização pode ser usada oportunisticamente por empresas, na de exploração da questão ambiental, em voga nos últimos anos, como instrumentos de marketing empresarial.

c) Ao assumir que uma empresa possui uma posição “sociambiental” única, ignora-se que a base teórica que liga tanto as questões sociais quanto ambientais a questão ética, e que na discussão filosófica sobre ética, sobretudo empresarial, identifica-se dificuldades de definir-se uma ética única para temas com atores diferentes. Isto é, necessariamente a ética ambiental não é a mesma que a social (internamente no próprio grupo de ética social notamos nos balanços sociais um desequilíbrio de temas). Deve ser lembrado o *Factor Bardot* de Elkington (1998, p.xiii)., ou exemplos extremos do comportamento social de ONGs ambientais e comportamento ambiental de ONGs sociais..

Esse três aspectos podem (mas não deveriam) ser negligenciados pelas empresas produtivas, ou consultorias e promotoras de eventos. No entanto, o meio acadêmico, gerador de conceitos e conhecimento deve estar atento e seletivo na sua adjetivação.

A compreensão desses três históricos inicialmente, podemos entender a complexidade da fusão de conceitos no termo “socioambiental”. E, não entrando na discussão de qual a abordagem seria a mais correta – que levaria a discussão filosófico-ideológica “O ambiente faz parte da sociedade” vs. “a sociedade faz parte do ambiente” –, propõe-se uma reflexão sobre o termo, sugerindo ou uma seletividade por parte dos acadêmicos, ou uma análise conceitual, nem que seja cartesiana focando o adjetivo composto “socioambiental”, sobretudo para as ações empresariais.

Essa busca de um cartesianismo nas **empresas** – não se discute então a questão do terceiro setor socioambiental – está bem argumentada quando partimos do conceito proposto por Elkington (1998) ou pela *Global Reporting Initiative* (GRI), de **Sustentabilidade Empresarial**. Nele com três linhas de resultados, são cartesianamente divididos para execução de Relatórios da **Sustentabilidade** Corporativa. Essas duas dimensões, social e ambiental, são os pés complementares da economia para o equilíbrio sustentável da empresa. A soma ou intersecção dessas pode se interpretada como gerando uma dimensão “socioambiental”, seria uma consolidação conceitual.

Como vimos que tanto a questão ambiental evolui até ser incluída no nível estratégico das empresas (mesmo que só nas de alto impacto ambiental), quanto a questão social também sofreu esse processo (aí em empresas com maior contato direto com o público, como NIKE).

Ao juntarmos o adjetivo composto a substantivos abstratos, seja a Gestão ou a Responsabilidade, se pressupõem a união dessas variáveis ao mesmo nível organizacional (o que seria um tripé consistente para a Sustentabilidade Empresarial, ou seja, seria esse um sinônimo daquele). Caso contrário, ou há uma diluição do conceito, ou há um desvio intencional a questão buscando uma melhor exposição da empresa a um público com crescente susceptibilidade às duas questões.

Como definirmos então que há esse equilíbrio? Uma proposta pode ser corroborada pela análise de Strobel, Coral e Selig (2004) de três indicadores de sustentabilidade (não de níveis de gestão socioambiental!) que são, usados muitas

vezes como base para o uso da adjetivação “socioambiental” (pelo marketing empresarial): os Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial; o Relatório da Global Report Initiative (GRI) e o Índice de Sustentabilidade da *Dow Jones* (DJSI), que já possui uma versão nacional, o Índice de Sustentabilidade Empresarial da BOVESPA (ISE).

O DJSI avalia a estratégia da empresa quanto sustentabilidade e seus riscos, gerando um dado diferenciador para investidores (acionistas), visando identificar como isso gera valor na empresa. Não vislumbra qualquer posicionamento ético, social ou ambiental, por si só, o que conceitualmente contrapõem a abordagem de RSE.

Embora os Indicadores ETHOS tenham usado a base inicial do GRI fundindo-o com a proposta de Balanço Social do IBASE, exatamente na questão Ambiental é colocada em desequilíbrio. Isso se dá devido ao preciosismo do GRI que busca definir indicadores setoriais para o meio ambiente (somente 4 de 32 itens, sendo os 28 restantes com claro enfoque de RSE). Esses indicadores, apesar de restrições quanto ao processo de validação e de auditoria, fornecem dados que expõem a Gestão ou Responsabilidade Social, onde o Meio Ambiente é tratado transversalmente, como pode ser, e assim deve ser exposto não apenas no marketing organizacional, mas sobretudo em trabalhos acadêmicos.

Os indicadores GRI, e abordagens para avaliar empresas seguindo esses, parece ser o que melhor equilibra as questões ambientais e sociais com as econômicas. O equilíbrio é atingido pela busca da inclusão setorial na análise. Os membros da GRI buscam definir os indicadores de cada setor em relação ao meio ambiente, mesmo que

eles não atinjam a quantidades de dados levantados para a questão social, a profundidades do levantamento na busca conceitual da sustentabilidade permite adjetivar como ambiental e social (socioambiental) a avaliação através desses indicadores, sem enfraquecer o conceito.

Fica como reflexão final, de forma alguma a busca de uma verdade única, mas a melhor definição e cobrança, pelo meio acadêmico, de conceitos que estão sendo explorados muitas vezes erroneamente.

Hoje, no Brasil, podemos afirmar que temos dentro das abordagens citadas, existe já uma busca “implícita” da precisão conceitual, visto que temos autores conceituados que explicitamente fazem questão de não usar a terminologia “socioambiental”. Isso se confirma nos títulos dos livros de Denis Donaire (Gestão Ambiental na Empresa), José Carlos Barbieri (Gestão Ambiental Empresarial), Tachizawa

(Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa) e pelo outra abordagem Fernando Tenório (Responsabilidade Social Empresarial) e Patrícia Ashley (Ética e Responsabilidade Social nos Negócios), nenhum usando o termo socioambiental amplamente. Também podemos notar que várias das grandes empresas que abordam os temas com uma seriedade interna, sem buscar um marketing organizacional junto ao grande público também evitam esse adjetivo composto. Se o ambiental está incluído transversalmente no termo social, assim ele deve ficar na terminologia de uso.

Por fim, não se propõe o não uso do termo, mas o uso do termo, para empresas, somente com suficiente base conceitual. O que, em alguns setores, como o agro-negócio (extrativista ou não) intensivo em mão de obra, pode ser mais fácil, do que em outros, como o bancário. No entanto, na dúvida, fica a sugestão, ou pesquisa, ou evite de usar e termo.

## Referências

- ALIER, J. M. **Da Economia Ecológica ao Ecologismo Popular**. Blumenau: Ed. da FURB. 1998.
- ASHLEY, P. A.. A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial. In: ASHLEY, P. A. (Coord.) **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. Ed. Saraiva: São Paulo (2ª Ed.). 2006. p.44-65.
- BARBIERI, J. C.. **Gestão Empresarial Ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitive Construct. **Business & Society Horizon**, Vol. 38 no 3 (September), 1999. pp 268-295.
- CATTON JR, W. R. and DUNLAP, R. E. Environmental sociology: a new paradigm. **American Sociologist** 13: 41-49, 1978
- CROALL, S. and RANKIN, W. **Umwelt fuer Amfaenger**. Reinbeck:Rowohlt. 1982.
- DALY, H. (Ed.) **Toward a steady-state economy**, San Francisco: Freeman and Company, 1973.
- DONAIRE, D.. Considerações sobre a influência da variável ambiental na empresa. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n.12, p.68-77, março/abril 1994.
- DONAIRE, D. **Gestão Ambiental na Empresa**. São Paulo: Atlas, 1995.
- EGRI, C. P. & PINFIELD, L. T. Organizations and the Biosphere: Ecologies and Environmental. In: CLEGG, S.; HARDY, C.. & NORD, W.R. **Handbook of Organization Studies**. London, Sage: 1996. 459-483
- ELKINGTON. J. **Cannibals with forks: the triple bottom line of the 21th century busines.**: Gabriola Island,BC: New Society Publisher. 1998.
- HOFFMAN, A.J.. Institutional evolution and change: Environmentalism and the U.S. chemical industry. . **Academy of Management Journal**.: Aug 1999. Vol.42, Iss. 4; pg. 351(21 pgs)
- LIMA, P. R. et al. RSE no contexto brasileiro: uma agenda em contínua expansão e difusão. In: ASHLEY, P. A. (Coord.) **Ética e responsabilidade Social nos Negócios**. Ed. Saraiva: São Paulo (2ª Ed.). 2006. p.66-92
- MAIMON, D. (1994). "Eco-Estratégia ns Empresas Brasileiras: Realidade ou Discurso?" **Revista da Administração de Empresas** 34(4): 119-139.
- MINC, C. (1985). **Como Fazer Movimento Ecológico e Defender a Natureza e as Liberdades**. Rio de Janeiro, Vozes/IBASE.
- STROBEL, J. S., CORAL, E & SELIG, P.M. (2004). Indicadores de Sustentabilidade Corporativa: Uma Análise Comparativa. In: ENANPAD. 2004. **Anais Eletrônicos...** Curitiba: ANPAD2004 (GSA0879)
- TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**. São Paulo, Atlas. (3ª. Ed. Revista e Ampliada).2005.
- TENÓRIO, F.G. (Org.) **Responsabilidade Social Empresarial** . Rio de Janeiro: FGV Editora. 2004
- TREVISAN, F.A. Balanço Social como Instrumento de Marketing. **RAE- eletrônica** - vol. 1 nº 2 jul-dez/2002. Em <http://www.rae.com.br/artigos/1465.pdf>. Acesso 10.07.2007
- VIOLA, E. J. A problemática Ambiental no Brasil (1971-1991): da proteção ambiental ao desenvolvimento sustentável. **Revista Polis**. 3. 1991.p. 4-14.
- VIOLA, E. J. e LEIS, H. R. O Ambientalismo Multisetorial no Brasil para Além da Rio-92: O Desafio de uma Estratégia Globalista Viável. In VIOLA, E. J. et al. **Meio Ambiente, Desenvolvimento e Cidadania: Desafios para as Ciências Sociais**. São Paulo; Florianópolis: Cortez; Ed. da UFSC. 2001.
- WCED - The World Commission on Environmental and Development, Ed. **Our Common Future**. Oxford, University Press.1987.