

A EDUCAÇÃO AMBIENTAL NA ESCOLA: RESPONSABILIDADE DE QUEM?¹

Carolina Messora Bagnolo²

Resumo

A Educação Ambiental (EA) se faz cada vez mais necessária para a formação de cidadãos críticos e conscientes dos problemas socioambientais. E é na escola que essa Educação Ambiental se faz ou deve estar presente. O mundo empresarial tem buscado este espaço a fim de efetivar sua Responsabilidade Social, através de cursos, projetos e trabalhos relacionados à EA. Neste artigo, propomos uma discussão sobre as formas como as professoras percebem os projetos de EA desenvolvidos pelas empresas. Para tanto, tomamos como base as entrevistas realizadas com oito professoras do 5º ano do Ensino Fundamental que participaram de cursos e/ou se envolveram em trabalhos de Educação Ambiental proporcionados por empresas da região de Mogi Guaçu. Sem a pretensão de finalizar a discussão, pudemos perceber um grande entusiasmo e uma ampla aceitação a estes projetos empresariais e, principalmente, uma relação dependente dos professores em relação aos recursos das empresas.

Palavras-chaves: relação empresa-escola; responsabilidade social; dependência.

Abstract

The Environmental Education (EE) is increasingly necessary to training critical citizens and conscientious of the social environmental problems. Is at the school that EE is present or should be. The business world has sought a space to effect your Social Responsibility, by courses, projects, and works associated with EE. In this article, we propose a discuss about how the teachers realized the EE's works developed by the companies. We take as base the interviews made with eight teachers, since 5^a grade of Elementary School that had been participate or had some involvement in EE's projects offered by the companies in Mogi Guaçu's zone. With no pretension of ending the discussion, we realized a great enthusiasm and great acceptance to these business projects and, mainly, a dependent relation of these teachers on companies resources.

Key-words: relation companies-school; social responsibility; dependency.

¹Este trabalho recupera aspectos da apresentação realizada no V Encontro de Pesquisa em Educação Ambiental (2009), realizado em São Carlos, SP.

² Doutoranda em Educação (DEPRAC-UNICAMP); Endereço eletrônico: carolina_mbagnolo@yahoo.com.br.

Falar em e das organizações empresariais é falar delas dentro de um contexto social e histórico específico. É impossível haver esta desvinculação. E esse contexto é social, política e historicamente mutável. Assim, falar em organizações e nas relações sociais estabelecidas no mundo contemporâneo possui um sentido totalmente diferenciado de cinquenta anos atrás, e mais ainda quando pensamos em tempos mais remotos.

O fim das barreiras geográficas entre os países, o avanço significativo em ciência, tecnologia e educação, a velocidade de transmissão de informações, entre outros sintomas do processo de globalização, fez com que as empresas, ao longo do século XX, aumentassem progressivamente o seu poder político, anteriormente concentrado nas mãos dos Estados-Nação, como já visto no capítulo anterior.

Ao mesmo tempo, e neste sentido me apoio em Freitas (2000), Giddens (1991) e Sennet (2006), os padrões sociais e culturais tradicionais são desintegrados e substituídos por novos: a dessacralização da vida, a emergência de novos papéis sexuais, o surgimento de novas relações sociais distanciadas pelo espaço e tempo, a crescente importância dos sistemas peritos³, o declínio da ética do trabalho e o aumento do consumismo. Neste contexto, as certezas até então consolidadas pela tradição, edificadas sobre a religião, a família e o Estado se desmoronam, e uma crise de valores toma conta do imaginário social.

Sim, o capitalismo se apresenta como um modo de produção e um processo civilizatório. Além de desenvolver e mundializar as suas forças produtivas e as suas relações de produção, desenvolve e mundializa instituições, padrões e valores sócio-culturais, formas de agir, sentir, pensar e imaginar. Nas diferentes tribos, clãs, nações e nacionalidades, ao lado as suas diversidades culturais, religiosas, linguísticas, étnicas ou outras, formam-se ou desenvolvem-se instituições, padrões e valores em conformidade com as exigências da racionalidade, produtividade, competitividade e lucratividade indispensáveis à produção de mercadorias, sem as quais não se realiza a mais-valia. Os princípios da liberdade, igualdade e propriedade, articulados jurídico-politicamente no contrato de trabalho, aos poucos se impõem e generalizam em ambientes sociais em que prevalecem tribalismos, tradicionalismos, patriarcalismos e patrimonialismos. Aos poucos, a comunidade é recoberta pela sociedade, a sociabilidade baseada nas prestações pessoais, ou na produção de valores de uso, é recoberta ou substituída pela sociabilidade baseada no contrato, na produção de valores de troca. Simultaneamente, ocorre a secularização da cultura e do comportamento, a individuação, a emergência do individualismo possessivo e, em alguns casos, da cidadania. (Ianni, 1997, p.260)

Diante deste novo cenário as organizações empresariais se moldam, respondendo mais rapidamente às transformações sociais que outras instituições. De acordo com Freitas (2000), as organizações empresariais não só respondem com maior facilidade como também respondem de forma simbólica, via transformações na cultura organizacional. Essas decorrem da leitura que as organizações fazem do seu ambiente empresarial, reelaborando estratégias que as auxiliem a atingir seus objetivos. Se há um mal-estar social, é necessário que se desenvolvam novos mecanismos de adaptação à nova realidade.

É neste contexto que as organizações assumem um papel que outrora não possuíam. Encarnam o papel de ator central da sociedade, por meio do qual todas as relações sociais devem se organizar. Neste sentido, “pretendem ser o modelo de

³ “Por sistemas peritos quero me referir a sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje” (Giddens, 1991, p.35).

racionalidade, de transparência, de produtividade e de resultado que as demais instituições presentes no corpo social devem seguir” (Freitas, 2000, p.9). Esse processo de revalorização das organizações empresariais se dá na esteira da consolidação do capitalismo enquanto modo de produção hegemônico. Este se reveste como a única via capaz de promover o desenvolvimento, legitimando o modelo neoliberal e subordinando as esferas da vida – social, política, cultural – à esfera econômica.

Numa sociedade onde o econômico sobressai, a aparência e a imagem são de suma importância e o consumismo ganha cada vez mais força, “as organizações modernas encontram um terreno fértil para se posicionar como o grande referente que propõe uma forma de vida de sucesso e uma missão nobre a realizar” (Freitas, 2000, p.10). O Estado-Nação, marcado pelo estigma do atraso e da “falência”, favorece a abertura de um novo espaço, que será ocupado pelas organizações empresariais, que assumirão suas antigas responsabilidades e personificarão outras, respondendo e adaptando-se às necessidades do mundo contemporâneo. É importante notar que, diante do discurso da ausência do Estado, não só as empresas assumem esse papel, como também as organizações não-governamentais (ONG’s), movimentos sociais, entre outros.

É neste sentido que posso, enfim, estabelecer um novo *ethos* das organizações empresariais contemporâneas, entendendo este conceito como um conjunto de traços sociais e culturais característicos de um determinado grupo e que lhe dá identidade. Baseando-me em Freitas (2000) e Gentili (1996), defendo que diante das mudanças sociais, culturais e políticas, que levaram o Estado-Nação a perder suas bases de credibilidade e de atuação, as empresas assumem esse papel, atuando com um discurso pautado na ética, na transparência e, principalmente, na cidadania empresarial.

Assim, ética, flexibilidade, responsabilidade, respeito ao ambiente passam a compor os novos traços da cultura das organizações, em especial as de grande porte e que possuem ligações com o mercado internacional. Deixam de ser preciosismos e passam a ser considerados como “diferenciais competitivos”. Ou, ainda, valores sociais que serão vendidos como produto no mercado global envoltos na idéia da empresa socialmente responsável.

A empresa cidadã

A responsabilidade social, também denominada responsabilidade social corporativa⁴ ou em alguns casos responsabilidade sociambiental⁵ apesar de ser amplamente discutida no meio empresarial, ainda carece de aprofundamento por parte da academia. Por isso, muitas vezes, essa multiplicidade de termos que, no meu entender, buscam explicitar a mesma coisa.

Diante desta multiplicidade de designações, optei por adotar a concepção mais ampla do termo e a mais amplamente aceita no Brasil. Nesta pesquisa, utilizei o termo

⁴ A partir de estudos de Silva (2006, p.61), “Comprometimento permanente dos empresários em adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, simultaneamente melhorando a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo”.

⁵ Também de acordo com os estudos de Silva (2006, p.61), “a gestão de maneira equilibrada de organizações com relação aos impactos de seus produtos e atividades sobre os ecossistemas e a sociedade, a proteção e a sustentabilidade ambiental, e a prevenção da poluição em equilíbrio com as necessidades socioeconômicas.

responsabilidade social (RS) e a definição do Instituto Ethos (2003, [s.p]), que a conceitua como

[...] a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com as quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e a redução das desigualdades sociais.

Essa responsabilidade abraçada pelas organizações é, segundo o Instituto Ethos (2003), pautada em valores éticos que buscam integrar todos aqueles que, de alguma forma, colaboram no processo produtivo da empresa: os clientes, os fornecedores, a comunidade local, o governo, a gerência e os funcionários. Contudo, esse modelo nem sempre existiu. As ações empresariais de cunho social foram sempre pontuais, episódicas e heterogêneas, podendo classificá-las como filantropia.

Lima (2008), num estudo sobre a presença da RS numa favela na cidade de São Paulo, aponta que atividades filantrópicas por parte das empresas sempre existiram. Na década de 20 do século passado já se debatia o papel das organizações empresariais na sociedade. Nos EUA, as duzentas maiores empresas controlavam 50% da riqueza nacional. Após a Segunda Guerra Mundial, houve uma tentativa de regulamentar as ações corporativas. Como mostram Cappellini e Giffoni (2007) e Lima (2008), houve uma sinergia que fez com que o lema da RS adentrasse o campo dos negócios, fomentada pelas pressões políticas e pelas críticas aos negócios social e moralmente pouco benéficos.

Nos anos 60 e 70 do século passado, mais especificamente nos EUA, intensificou-se a pressão para que o gerenciamento das empresas fosse politizado. Igrejas, comunidades, grupos vinculados à luta contra a Guerra do Vietnã, grupos que lutavam pelos direitos civis tornaram-se os novos vigilantes das práticas empresariais. Um exemplo emblemático foi o boicote da comunidade negra à uma linha de ônibus norte-americana, forçando a empresa prestadora de serviço a mudar sua atitude em relação aos direitos civis. Para Cappellini e Giffoni (2007), essas demandas e a capacidade de mobilização revelam que são amplos os interesses e que são múltiplos os atores que se organizaram com o objetivo de controlar e vigiar o comportamento empresarial.

No caso brasileiro, existem vários fatos que ajudam a entender a trajetória da RS. O fator mais antigo, e que vale a pena destacar, é a criação de um conjunto de entidades conhecido como “Sistema S”. Esse sistema engloba serviços sociais autônomos e serviços de aprendizagem, com o objetivo de atender às demandas dos trabalhadores (Goldstein, 2007).

Criado após a queda do presidente Getulio Vargas (1946), esse sistema foi desenvolvido como resposta à Constituição da época, que garantia amplos direitos aos trabalhadores brasileiros. Ao mesmo tempo, o país passava por um surto de industrialização e êxodo rural, gerando a necessidade de formação de uma nova mão-de-obra industrial (GOLDSTEIN, 2007).

Assim, foi publicado no Diário Oficial um decreto do então presidente Eurico Gaspar Dutra, que atribuía à Confederação Nacional do Comércio a responsabilidade de criar o Serviço Social do Comércio (SESC) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (SENAC) e à Confederação Nacional das Indústrias a criação do Serviço Social da Indústria (SESI) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) (Goldstein, 2007). Outros autores, como Cappellini e Giffoni (2007), consideram a criação da

Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), em 1961, inspirada na encíclica do papa Leão XIII⁶, como o marco da RS no Brasil.

Uma segunda aproximação entre ações sociais e as empresas foi a criação do Prêmio Eco (1982), organizado pela Câmara Americana de Comércio. Segundo Goldstein (2007), após a criação desse prêmio, destaca-se a publicação do primeiro Balanço Social pela empresa Nitrofértil, produtora de fertilizantes e, mais tarde (1986), a criação da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), conhecida hoje como Instituto Ethos, atualmente referência no Brasil na área. Em 1993, mais uma aproximação entre as empresas e as ações sociais: a campanha nacional do sociólogo Herbert de Souza - Ação da cidadania contra a fome, a miséria e pela vida - que teve apoio maciço das empresas brasileiras.

O Instituto Ethos traz em seu site informações diversas para a implementação de uma gestão socialmente responsável, tornando-se um referencial e, ainda, um incentivador destas práticas entre o empresariado brasileiro. No final da década de 1990, de acordo com Goldstein (2007), 60 empresas já publicavam seus balanços sociais. É ainda nessa década que passam a se multiplicar os prêmios e selos de RS, como o selo “Empresa Cidadã” e o prêmio “Top Social”.

Visões de Responsabilidade Social

Embora seja uma prática recorrente no mundo empresarial, não há um consenso sobre a validade e importância da RS. Há na literatura pontos de vista divergentes: um primeiro que afirma que a empresa socialmente responsável é aquela que cumpre com a legislação, paga impostos e cria (assim como mantém) empregos; um segundo, que assume a RS como papel de agente de transformação da sociedade. E arriscaria um terceiro, que coloca a RS como uma política de dominação.

O primeiro ponto de vista é marcado pelo pensamento de Milton Friedman. Economista liberal, afirma que a responsabilidade maior das empresas é aumentar seus lucros, gerar empregos e pagar corretamente os impostos. Para os partidários desta vertente, a RS deve ser uma ação governamental: as empresas pagam impostos e estes devem ser revertidos à população pelas mãos do governo. Dito de uma outra forma, os seguidores da corrente liberal encabeçada por Milton Friedman apontam que qualquer ação, além das acima citadas, não devem fazer parte das preocupações dos empresários, sendo veementemente contra qualquer discurso de RS ou filantropia social dentro das organizações empresariais. Esta visão, segundo Roberto (2006), passa a se questionada quando o processo de globalização intensifica-se, tornando as empresas poderosas diante às fragilidades do Estado.

Neste sentido, a questão da RS passou a significar ações que gerem benefícios à comunidade e aos trabalhadores, sem, contudo, fazer parte dos assuntos gerenciais. Assim, uma pequena parte do lucro da produção é destinada aos projetos sociais (Roberto, 2006).

⁶ Em 1891, o papa Leão XIII publicou a encíclica *Rerum Novarum* por meio da qual reavivava a religião católica como instrumento de reforma e justiça sociais, ao mesmo tempo em que se declarava contra a doutrina marxista de luta de classes, tão fortemente propagada no século XIX. No fundo, a tentativa da Igreja Católica era apelar ao espírito cristão dos empregadores, para que esses respeitassem seus operários. Vale ressaltar que qualquer tentativa de transformação social não era sequer colocada em pauta, evidenciando o caráter conservador desta instituição.

O que os liberais não esperavam é a valorização, por parte do consumidor, das ações sociais empresariais. E buscando atender a essa nova realidade, ao invés de praticarem filantropia, passou-se à prática da RS. A diferença central reside no fato de que, dentro da RS, os investimentos sociais influenciam e compõem o lucro (Roberto, 2006)⁷. Assim, como demonstra ainda Roberto (2006, p.43):

Ao que tudo indica o papel social da empresa não se esgota, como imaginava Friedman, no pagamento de impostos e taxas que teriam a obrigação de produzir a equidade social sob os cuidados governamentais. Em função das diversas mudanças posturais, os públicos que estão em volta das empresas não entendem mais desta forma e, por conseqüência, as empresas também não. Assim, a partir da valorização da postura socialmente responsável por parte dos stakeholders⁸ (especialmente os consumidores), as práticas de RSE deixaram de ser contraproducentes para serem diferencial na competição empresarial, sendo vistas como investimento.

A partir da diferenciação entre filantropia e RS, cabe entender como deve agir uma empresa socialmente responsável.

Para o Instituto Ethos (2003) e Roberto (2006), a empresa que utiliza os pressupostos da RS conduz seu processo produtivo (e as extensões dele) de forma sustentável, minimizando as agressões ao meio ambiente, fortalecendo e investindo no bem estar da comunidade (interna e externa). Além disso, uma empresa que incorpora o discurso da RS deve cobrar o mesmo comprometimento dos indivíduos e instituições com quem realiza negócios (fornecedores, acionistas, entre outros).

É importante frisar que, embora seja uma iniciativa empresarial, a Constituição brasileira possui diversos artigos relacionados à prática da RS, tais como as obrigações de combater a pobreza, promover a igualdade, proibir qualquer tipo de discriminação, de fazer valer os direitos do consumidor, além dos incentivos fiscais existentes para a prática de RS.

A terceira visão – a RS como política de dominação – será melhor trabalhada no item Limites e críticas à empresa cidadã e ecológica.

A empresa ecológica

É no contexto da RS que o ambiente chega ao mundo dos negócios.

O Relatório Meadows expôs ao mundo um panorama bastante catastrófico no que diz respeito à sobrevivência do capitalismo⁹. A escassez provocada pela exploração

⁷ A RS faz parte do planejamento estratégico da empresa, trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz e é também instrumento de gestão. A filantropia é apenas relação social da organização estabelecida com a comunidade (Instituto Ethos, 2003).

⁸ Stakeholder, em português, parte interessada, é um termo amplamente utilizado nas ciências administrativas para designar qualquer pessoa ou entidade que afeta ou é afetada pelas atividades de uma empresa. São exemplos: acionistas, funcionários, fornecedores, clientes, entre outros.

⁹ Marx apontou algumas contradições inerentes ao sistema capitalista. A primeira contradição estaria na mecanização da produção. Se a riqueza da sociedade capitalista é gerada a partir da exploração da mão-de-obra do trabalhador e não da troca entre mercadorias, a mecanização levaria, ao longo do tempo, ao colapso do sistema. A segunda contradição estaria na finitude dos recursos naturais, pois, para sua própria

desenfreada dos recursos naturais e a crescente produção social dos riscos ambientais apresentam um cenário pouco promissor para a produção e reprodução do sistema capitalista. Neste sentido, a crise ambiental que se coloca não é apenas um dilema ético que se impõe à sociedade, mas uma questão política que diz respeito também às relações Mercado e Estado (Layrargues, 2003).

Diante deste cenário, caberia a quem resolver esta questão política? Ao Estado, por meio de uma legislação cada vez mais impositiva ou ao Mercado e seus mecanismos de auto-regulação? Ou à combinação de ambas as instâncias?

A internalização da questão ambiental na pauta do Estado e do empresariado deu-se de forma gradual. No caso do Estado, embora até 1973 o Brasil se mostrasse bastante resistente em incorporar a temática ambiental (como pode ser evidenciado na posição brasileira na Conferência de Estocolmo)¹⁰, a partir de 1975 sua posição se inverteria: seria o principal ator social na busca da sustentabilidade, por meio de uma legislação cada vez mais presente, e o principal fiscalizador da produção industrial.

No período de 1975 à 1992, no Brasil, as relações entre Estado e Mercado foram marcadas pela integração compulsória das empresas às normas ambientais estatais. O II Plano Nacional de Desenvolvimento condicionava a aprovação de projetos industriais às normas anti-poluição. O Mercado, neste momento, curva-se à lógica estatal, que passa a gerir os interesses coletivos (Layrargues, 2003).

O período de 1992 à 1997, de acordo com Layrargues (2003), é de transição e diálogo entre o empresariado e o governo, que buscavam estratégias realistas de adequação às normas ambientais. A realização da Rio-92 impulsionou, mas a legislação ambiental colaborou para a internalização da pauta ambiental nos processos decisórios empresariais, influenciando na criação de departamentos e/ou setores específicos dentro das organizações.

No que tange à Rio-92, Layrargues (2003) aponta que foi apresentada uma proposta de trabalho da *International Organization for Standardization* (ISO), onde se propôs a elaboração de normas de gestão ambiental, que colaborariam também no processo de institucionalização da questão ambiental nas empresas.

Entende-se por gestão ambiental:

O conjunto de princípios, estratégias e diretrizes de ações e procedimentos para proteger a integridade dos meios físico e biótico, bem como a dos grupos sociais que deles dependem. Esse conjunto inclui, também, o monitoramento e o controle de elementos essenciais à qualidade de vida em geral, e à salubridade humana, em especial (Silva, 2006, p.59)

As normas de gestão ambiental, aliadas às inovações tecnológicas, abriram um novo panorama na relação Mercado e Estado. O Mercado, voluntariamente, cria suas próprias normas pautadas no ideário liberal: o ambiente passa a ser fator de competitividade e uma grande oportunidade de negócios¹¹, acompanhando a tendência da RS.

sobrevivência, necessita de recursos que estão sendo explorados mais rapidamente que a capacidade de reposição.

¹⁰ É sempre lembrada na literatura especializada a posição brasileira na Conferência de Estocolmo. Diante da proposta de limitar crescimento econômico por parte dos países ditos “desenvolvidos”, os países periféricos, em especial o Brasil, colocaram-se contra essa medida, elaborando propostas para que as empresas poluidoras que encontravam limitações na Europa para sua produção, aqui se instalassem.

¹¹ Porter e Van der Linde (1995 apud Reydon et al., 2007) defendem que as normas ambientais podem estimular o desenvolvimento de inovações que possibilitem às empresas adequarem-se às normas e obter

A publicação de relatórios socioambientais por parte das empresas, os prêmios e as certificações passam a mostrar ao Estado que o Mercado internalizou a pauta ambiental. Contudo, não é, como lembram Layrargues (2003) e Freitas (2000), uma questão de ordem filantrópica ou de bondade empresarial, mas sim uma reação à pressão dos órgãos públicos de controle da poluição, das demandas competitivas internacionais e de uma crescente conscientização do consumidor.

Para Abramovay (2007), as organizações vestiram-se com o ideário ambiental, pois deixaram de ver o ambiente como um limite ou algo exterior aos seus interesses. Esta mudança institucional, de acordo com estudos recentes, dá-se não só pela imposição econômica (leis e fiscalizações). De acordo com Abramovay (2007, p.21), e reforçando o que foi dito anteriormente, “(...) a idéia é que a empresa não é uma caixa preta imune à pressão social. Ao contrário, a vida empresarial só se explica pelas diferentes modalidades de inserção da firma no ambiente em que atua”.

Diferentemente de Layrargues (2003) e Freitas (2000), Abramovay (2007) entende que a pressão social exerce poder maior que a legislação e multas advindas do não cumprimento destas. Isso evidencia que as empresas não são pontos neutros e imparciais e sim estruturas sociais, que possuem dimensões não-econômicas que determinam suas ações e funcionamento.

Limites e críticas à empresa cidadã e ecológica

Chega-se, assim, à idéia de que é socialmente responsável a empresa que desenvolve práticas sustentáveis e que as cobra de todos aqueles que estão direta ou indiretamente ligados à sua produção.

É importante salientar que, antes de incorporar o rótulo de socialmente responsável, a empresa deve cumprir o que a lei exige. Assim, como mostra Roberto (2006, p.45):

[...] o limite para a prática da responsabilidade social seria dado pelo Estado quando este estabelece o que constitui ou não uma obrigação para a empresa – e é este o responsável pela fiscalização acerca da execução destas ações e, em caso de não cumprimento, pela penalização da empresa.

Ou seja, antes mesmo de se rotular como uma empresa socialmente responsável, as organizações empresariais devem cumprir com suas obrigações trabalhistas, sindicais e regras concorrenciais. Essas são obrigações legais impostas pelo Estado. Somente quando agirem para além destas obrigações, estarão praticando RS.

Esse agir para além das obrigações gera alguns custos para as empresas. E é patente que, diante de dificuldades financeiras, o social é o primeiro investimento a ser cortado, uma vez que a empresa continua e sempre continuará trabalhando dentro da lógica do lucro. Neste sentido, a RS é um investimento que deve dar retorno. Como mostra Roberto (2006, p. 44):

ganhos de competitividade. As empresas se enquadram às exigências da legislação, desenvolvem inovações, aproveitam oportunidades e aumentam a competitividade.

Caso a sociedade deixe de valorizar a postura socialmente responsável, não alterando suas preferências de consumo diante de uma empresa socialmente responsável ou não, seria pouco provável que a empresa continue beneficiando a sociedade com seus investimentos única e exclusivamente por benemerência e altruísmo.

Freitas (2000) comenta as duas frentes de investimento das grandes empresas: os projetos de apoio à cultura e à ecologia. E esses são, no entender desta autora, investimentos. No caso dos projetos culturais, Freitas (2003) comenta que nunca se menciona o retorno que esses projetos proporcionam às empresas. Para a autora, “cada vez mais os produtos são efêmeros, mas uma marca consolidada é sempre uma marca garantida, não importando que produto ela decide vestir” (p.11). Por isso as ações sociais das empresas não devem ser entendidas como caridade ou mecenato e sim como investimentos rentáveis.

O mesmo ocorre com a questão ecológica. Freitas (2003) argumenta que a preservação do ambiente não é um favor. Mas coloca que a preservação do ambiente torna-se uma questão de competição no mercado global. Ressalta que:

Não é uma questão de agradar ao Greenpeace ou a outros organismos internacionais de vigilância, mas é evitar ficar com produtos encalhados, com uma imagem internacional manchada e correr riscos de ser alvo de boicotes e sabotagens (Freitas, 2003, p.11)

Outras críticas, relacionadas ao campo da atuação política também são feitas à ideia de RS.

A partir de 1960, o mundo capitalista começava a sentir os sinais de recessão. Uma baixa dos lucros e da produtividade, instabilidade financeira e desemprego começaram a provar que o fordismo e o keynesianismo era um modelo incapaz de conter as contradições do sistema (Simionatto; Pfeifer, 2006).

A solução encontrada para a superação desta crise foi uma reestruturação econômica nos moldes neoliberais, consubstanciada em: alterações significativas no mundo do trabalho; abertura comercial e financeira; aceleração do processo de globalização; introdução de novas tecnologias; gestão nos processos de trabalho e negação da regulação estatal (Santos, 2001).

Contudo, essas mudanças não poderiam ter se iniciado sem que uma nova mentalidade as acompanhasse. Tendo como base a teoria marxista da relação entre base e super-estrutura¹², podemos afirmar que as reestruturações das condições de produção levam a uma alteração nos valores sociais, políticos e morais de uma sociedade que legitimem as mudanças no campo da produção e gerem um consenso ideológico, como demonstram Simionatto e Pfeifer (2006, p.10):

É possível pensar que a classe empresarial, formada pela burguesia industrial financeira, domina materialmente a sociedade capitalista neoliberal da atualidade e

¹² Base e super-estrutura (ou estrutura e supra-estrutura) são dois conceitos fundamentais para entender a maneira pela qual as sociedades são organizadas em torno da produção material. Por base, Marx entende a maneira como a sociedade organiza seus bens. Os que dominam a produção de bens, dentro da perspectiva marxista, dominam outros aspectos da vida social, de acordo com seus interesses. Na sociedade capitalista, essa área de dominação é a super-estrutura, representada pela escola, pelos meios de comunicação, pelas organizações religiosas e que desempenham papel fundamental de criar uma consciência coletiva, por meio da criação de crenças, valores e normas que explicam e legitimam a realidade tal como ela se apresenta.

que, para sustentar sua dominação de classe é imprescindível, também, a ‘direção espiritual’.

Esse consenso está na constante afirmação sobre o “fim da história” e na exacerbação do livre mercado como regulador social. Como mostram Simionatto e Pfeifer (2006, p.04):

Consolidou-se a idéia do Estado não mais como provedor de serviços públicos, mas como promotor e regulador, devendo estabelecer suas funções de acordo com sua capacidade, buscando na iniciativa privada a complementaridade necessária para a execução de suas responsabilidades.

Neste sentido, consolida-se uma cultura anti-Estado que, segundo Simionatto e Pfeifer (2006), é necessária para que se fundamente e se legitime a necessidade de privatização de bens e serviços. É neste contexto que o poder público passa a ser o “negativo”, o “ineficiente”, o “corrupto” e o privado passa a ser o “positivo”, o “eficiente” e o “transparente”. É neste bojo que “as empresas privadas e o mercado transformam-se nas instituições basilares por excelência no desenvolvimento das atividades sociais e coletivas” (Simionatto; Pfeifer, 2006, p.05).

Assim, é no contexto das reformas neoliberais que a idéia de RS ganha força e legitimidade. As organizações empresariais que assumem esse novo modelo de gestão empresarial não fazem filantropia, como muitos podem julgar. As organizações que assumem a RS incluem em seus procedimentos ações sociais e ambientais, trabalhando junto com as comunidades em seu entorno e parceria com entidades do Terceiro Setor¹³. São relações de reciprocidade, baseadas em princípios éticos, que contribuem para o desenvolvimento da sociedade como um todo (Instituto Ethos, 2003).

A questão que se coloca não é se as empresas devem ou não realizar a RS. Nem mesmo questionar se elas realizam isso por amor à causa social e ambiental, quando temos em mente que o objetivo de uma empresa é lucrar. E nem poderíamos querer outra coisa. Mas alguns autores, como Dagnino (2004), Paoli (2002), Simionatto e Pfeifer (2006), Schroeder, J. e Schroeder, I (2004) e Soares (2004) ressaltam, de diferentes formas, como a RS pode se tornar uma política de dominação e anulação da cidadania.

Para Paoli (2002) e Dagnino (2004), o discurso da RS, disseminado pela iniciativa privada, enfatiza a desqualificação do poder público na condução da sociedade, conforme já ressaltado anteriormente. Para Paoli (2002), a fala do empresariado recai na falência do Estado em suprir as necessidades da sociedade e, por isso, há uma responsabilização privada do social, trazendo exclusivamente para as empresas as responsabilidades que deveriam estar divididas pelos diferentes atores sociais. Seguindo a linha desta autora, e acrescentando ainda Dagnino (2004), a noção de RS tem como princípio básico a adoção de uma “perspectiva privatista e individualista, capaz de substituir e redefinir o significado coletivo da participação social” (Dagnino, 2004, p.102).

Soares (2004), numa outra perspectiva, assinala que a maior parte dos estudos referentes à temática são bastante otimistas em relação aos benefícios trazidos pelas ações sociais empresariais. Todavia, resalta que por trás do discurso existem outros motivos, para além da bondade empresarial, que levam as organizações a aderirem a essas práticas

¹³ O primeiro setor é o governo, que é responsável pelas questões sociais. O segundo setor é o privado, responsável pelas questões individuais. Com a falência do Estado, o setor privado começou a *ajudar* nas questões sociais, através das inúmeras instituições que compõem o chamado terceiro setor. Ou seja, o terceiro setor é constituído por organizações sem fins lucrativos e não governamentais que têm como objetivo gerar serviços de caráter público.

sociais. Além disso, para a autora, a academia muitas vezes deixa de explicitar as contradições entre o que as empresas pregam e aquilo que fazem na prática, assim como não questiona as verdadeiras condições de se eliminar as contradições num ambiente capitalista quando ele é, na sua essência, contraditório. Ou seja, não se questiona que “[...] este movimento [RS] confere valor aos atores empresariais e oculta a produção e reprodução da questão social enquanto desdobramento de sua própria lógica de produção” (Simionatto; Pfeifer, 2006, p.11).

Soares (2004) ainda ressalta que, no discurso não explicitado, as empresas, ao acrescentarem a RS aos negócios buscam transformar seus interesses particulares em interesses coletivos, para conferir legitimidade ao que não é, necessariamente legítimo. Na mesma linha de raciocínio, Simionatto e Pfeifer (2006) apontam que as organizações empresariais incorporam alguns interesses em seus balanços sociais, como participação social, democracia, igualdade que foram defendidos e conquistados pela sociedade civil brasileira no processo de redemocratização da década de 80. Desta forma, a incorporação destes valores leva à criação de um consenso social que, mais uma vez, legitima a ação das empresas. Ou, como afirmam Schroeder, J. e Schroeder, I (2004), essas ações podem favorecer a construção de uma imagem das empresas como ordenadoras e provedoras do bem-comum, além de terem cada vez mais seu poder ampliado.

A empresa na escola: o olhar das professoras

Cidade industrial com cerca de 160 mil habitantes, Mogi Guaçu estabelece, por meio da Secretaria de Educação, parcerias com diversas empresas que adentram as escolas municipais e aplicam projetos de EA entre professores e alunos.

Para entendermos como se dá essa relação, selecionamos três escolas municipais e, dessas, oito professoras que realizaram no ano de 2008 cursos de EA proporcionados por empresas e que colocaram em prática projetos e/ou trabalhos propostos por elas. Observamos as aulas dessas professoras por um semestre e realizamos entrevistas semi-estruturadas, buscando identificar tendências de EA e as relações estabelecidas entre estas professoras e as empresas.

Dentre os múltiplos enfoques, optamos por discutir a visão que as professoras investigadas têm do trabalho desenvolvido pelas empresas nas escolas.

Um primeiro ponto que merece destaque é o fato de a EA existente no município é aquela proporcionada pelas empresas. As escolas desenvolvem trabalhos autônomos de EA, mas muitos vinculados aos projetos das empresas. As professoras citam que a formação que possuem na área é a que as empresas proporcionaram. Somente uma professora citou cursos em universidades ou outras instâncias educativas.

Quando questionadas sobre as ações empresariais, as professoras reforçam uma grande aceitação ao trabalho das empresas. O fato delas adentrarem o espaço da escola não é motivo de espanto. A professora Joana destaca *“o interesse da indústria né, em fazer esse tipo de curso com os professores”* e é reforçada pela fala da professora Lurdes, que diz que o trabalho da empresa *“não é uma coisa assim (...) vamos fazer só porque a empresa tem que fazer isso porque ela tem lá no ISO qualquer coisa que tem... a gente percebe que tem uma preocupação mesmo, então eu achei interessante isso”*. Existe uma visão bastante romantizada do papel da empresa na sociedade: elas entram em ação nos mais diversos projetos sociais e ou ambientais não para atender às exigências de mercado, mas por uma iniciativa caridosa e solidária.

As professoras percebem que a participação em projetos de EA fica bastante restrita à algumas empresas, onde citam principalmente a Empresa X. A professora Maria afirma *“tem pouca empresa engajada nisso (...) eu conheço mesmo a Empresa X, desconheço o restante,*

pelo menos aqui em Mogi Mirim e Mogi Guaçu. (...) Eu acho que a Empresa X se sente responsável pelo fato dela produzir, a produção dela depender inteiramente da natureza (...) então eu acho que isso, ela preserva mais para poder justificar o que ela produz, que eu acho que ela preserva muito bem e faz as coisas bonitinhas". Da mesma forma, a professora Lurdes diz "(...) eles tinham que investir mais nisso né? Eles usam isso igual o carinho que planta uma árvore e usa o sabão Ypê, e tá bom entender? É claro que a gente percebe que tem algumas empresas sérias que eu acho que poderia investir mais (...) mas eu acho que num modo geral as empresas não têm essa preocupação, eu acho que... na verdade, a maioria das empresas, das indústrias, tem uma questão meio capitalista, vamos ganhar dinheiro, vamos fazer isso. Sabe?"

Essa professora dá pistas de que percebe que a EA para as empresas é um negócio, mas continua cobrando que essas deveriam trabalhar e investir mais na escola. Não há um questionamento sobre a qualidade do curso, por exemplo, mas da quantidade de empresas que deixam de colaborar com a EA. Cobram uma maior participação das empresas no processo de formação de EA, e sequer citam outras instâncias educativas (como por exemplo a universidade), como co-responsáveis pela formação em EA.

Assim, nota-se uma responsabilização do poder privado na condução de trabalhos de EA na escola pública, ou pelo menos no patrocínio de trabalhos do tipo, pois *"se elas não patrocinarem não vai ter nada mesmo, porque o governo tá... pra isso, a Secretaria de Educação também não tá aí pra isso, pelo que eu vejo não. Tudo o que a gente faz é patrocinado pelas indústrias, e elas tem a obrigação de fazer isso, porque o maior meio poluidor do mundo são as indústrias, então se elas não fizerem isso para tentar consertar um pouquinho da devastação que elas fazem ... Então eu acho que sem elas eu acho que não trabalha viu... e poderia ser mais, nós pedimos mais. Precisamos de mais".* (Professora Raquel). Esse trecho é bastante ilustrativo, pois reforça o discurso da falência do poder público no provimento de alguns serviços e coloca a empresa como a grande ordenadora da EA no município. Na fala da professora, sem o trabalho da empresa não se faz EA, pois há pouco interesse do município em prover uma formação específica na área ou investir em projetos relacionados.

A professora Luciana diz: *"Eu sei que eles realmente eles estão investindo na educação, fora a parte burocrática deles, que eu sei que também tem isso, que às vezes eles necessitam de um... nem sei se eu posso estar colocando essa questão, mas assim, além deles terem os benefícios também, por eles estarem investindo na escola, eles também estão nos ajudando, porque esse curso da Empresa X foi bom pra mim, porque algumas coisas que eu assisti no DVD, algumas coisas q eles falaram eu não sabia. Então a gente sempre acaba aprendendo, então eu acho que é muito bom que eles deveriam continuar, eu acho bem legal...".* Mais uma vez, podemos perceber que os professores percebem que o trabalho da empresa é um negócio, mas de certa forma lucrativo também para os professores. A empresa traz benefícios, porque ela ensina e forma o professor para trabalhar a EA. Além do aprendizado trazido, as empresas, dentro da política de RS, também fornecem material didático aos professores.

Assim, a dificuldade em trabalhar conteúdos de EA é sanada pela empresa com os cursos de formação e com o provimento de recursos didáticos. O material e o investimento entram em cena: *"olha, pra nós aqui ela sempre mandou bons livros didáticos [a Empresa Y] sabe, a gente retornava esse papel. O Renato [inspetor] que fez biologia, então ele recolhia todas as aparas e papeizinhos que nós jogávamos fora, no final do ano mandava pra empresa, eles mandavam o retorno em livrinhos"* (Professora Sandra). A professora Maria reforça algo que é, de uma forma ou de outra, presente na fala de todas as professoras *"Eles passam bastante conteúdo pra gente. O que a gente é carente na escola é a questão de material mesmo pra estar trabalhando com eles, então assim, é bom eles passarem esse conteúdo pra gente, mas se eles pudessem publicar conteúdos e distribuir nas escolas, então as crianças receberiam esse material, a gente trabalharia juntamente com as crianças em cima desse*

material. Por enquanto eles estão fornecendo para o professor, então eu acho assim, acredito que eles deveria fornecer também para os alunos”.

É importante notar que, para conseguir os materiais, como por exemplo, os livros didáticos, as professoras acabam (re)produzindo uma EA adestradora¹⁴ – catar papezinhos, juntá-los, mandá-los para a empresa reciclar. A empresa acaba impondo, mesmo que implicitamente, um modelo de EA entre os professores e os alunos, por isso a necessidade de problematizar essas ações e perceber que são carregadas de preceitos ideológicos que nem sempre condizem com uma educação crítica.

A carência de material para se praticar a EA é evidenciada nessas falas. Para as professoras, seria uma espécie de obrigação das empresas fazer essa distribuição para todos os alunos. Mais uma vez, a cobrança não é direcionada ao setor público e sim ao setor privado. E poucas questionam a qualidade do oferecido pela empresa– DVD, cartilha, dinâmicas. Ao que parece, o material distribuído oferece uma certa segurança ou uma espécie de ‘salvação’, pois os professores não demonstram habilidade no trato da questão ambiental. Diante desta necessidade de material, as professoras parecem bastante permissivas, no sentido de que *“tudo que vem para juntar é bom”* (Professora Sonia) ou *“todo material é bem vindo, desde que vá facilitar a aprendizagem da criança”* (Professora Maria).

Considerações finais

Alguns estudos buscaram destrinchar como se estabelece a relação entre os professores e as políticas curriculares oficiais, não necessariamente em relação à questão ambiental. Poucos estudos, dentro da literatura em educação, têm buscado entender a relação entre essas políticas relacionadas à EA e a prática cotidiana dos professores, assim como não existem estudos que busquem entender a relação entre os diversos agentes que interferem no currículo e na prática dos professores.

Este texto buscou, assim, entender a relação de um destes agentes - no caso as empresas – e professoras de três escolas municipais do município de Mogi Guaçu. E as observações, mesmo que incipientes e preliminares, indicam pontos a serem pensados.

Importante notar que as professoras investigadas delegam toda a responsabilidade da condução de cursos de formação em EA às empresas, isentando o Estado, a Secretaria de Educação ou outros agentes que por ventura pudessem adentrar o espaço escolar. Acabam enfatizando, como afirma Paoli (2002), um discurso que recai na falência do Estado em suprir as necessidades da sociedade. Há uma responsabilização privada do social, trazendo para as empresas as “obrigações” que deveriam estar divididas pelos diferentes atores sociais: Estado, ONG’s, Universidades e empresas.

As empresas representam para as professoras investigadas um ponto de apoio sem o qual a EA não aconteceria no município. Logo, podemos perceber que a ambientalização do currículo escolar tem sido promovida pela iniciativa das empresas da região, que provém os cursos de formação continuada e os materiais didáticos necessários à prática da EA. Cabe perguntar que concepções de ambiente, sociedade, ciência, cultura e educação têm sido difundidas nestes cursos e materiais e quais as implicações destas concepções na prática do professor e, acima de tudo, na formação da consciência ambiental dos alunos.

¹⁴ A EA adestradora advém do teor instrumental e pouco crítico da prática educativa. Tenta-se, nessa perspectiva político-filosófica, desenvolver posturas e atitudes corretas nos educandos, sem preocupar-se com os pressupostos sociais, políticos e econômicos. Há uma visão utilitarista e antropocêntrica, onde a ciência e a tecnologia estão a serviço para a resolução dos problemas (Amaral, 2006).

Referências

- ABRAMOVAY, Ricardo, (2007). Ambientalismo empresarial. *Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo, p. 21 – 21.
- AMARAL, Ivan Amorosino, (2006). *A educação ambiental nos currículos escolares*. Campinas-SP: Faculdade de Educação, Unicamp.
- CAPPELLIN, Paola; GIFFONI, Raquel, (2007). As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade no Norte e no Sul. *Caderno CRH*, Salvador, v.20, n.51, p.419-434.
- DAGNINO, Evelina, (2004). Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando?. In: MATO, D. (org.). *Políticas de cidadania y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.
- FREITAS, Maria Ester, (2000). Contexto social e imaginário social moderno. *RAE*, v. 40, n. 2, p. 6-15.
- GIDDENS, Anthony. (1991). *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Unesp.
- GOLDSTEIN, Ilana. (2007) *Responsabilidade social: das grandes corporações ao terceiro setor*. São Paulo: Ática.
- IANNI, Octavio, (1997). *A Era do Globalismo*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- INSTITUTO ETHOS. (2003). *Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas*. Instituto Ethos/Sebrae.
- LAYRARGUES, Phillippe, (2003). O desafio empresarial para a sustentabilidade e as oportunidades da Educação Ambiental. In: LOUREIRO, Carlos Frederico Bernardo. *Cidadania e meio ambiente*. Salvador: CRA, p.96-110.
- LIMA, Reinaldo dos Santos, (2008). *Os desafios da responsabilidade social empresarial na relação com o empowerment comunitário: um estudo de caso da favela do Jardim Colombo, na cidade de São Paulo*. Mestrado em Educação. Universidade Estadual de Campinas.
- PAOLI, Célia, (2002). Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, B. S (org.). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- REYDON, Baastian et al. (2007), A competitividade verde enquanto estratégia empresarial resolve o problema ambiental? *Texto para discussão*, IE/UNICAMP, n.125.
- ROBERTO, Aline A, (2006). *Responsabilidade social empresarial: um estudo sobre as maiores instituições privadas no Brasil*. Mestrado em Economia. Universidade Estadual de Campinas.

SANTOS, Tânia Steren, (2001). Globalização e exclusão: a dialética da mundialização do capital. *Sociologias*, ano 3, n.6, p.170-199.

SCHOROEDER, Jocimari; SCHOROEDER, Ivanir, (2004). Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. *RAE*, v.3, n.1, p.1-10.

SENNET, Richard. (2006). *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.

SILVA, Sívio. Bitencourt, (2006). *A educação ambiental nas unidades de manejo florestal certificadas pelo FSC no município de Caçador-SC*. 2006. Mestrado em Educação. Universidade do Conestado.

SIMIONATTO, Ivete; PFEIFER, Mariana, (2006). Responsabilidade social das empresas: a contraface da sociedade civil e da cidadania. *Revista Virtual Textos & Contextos*, n.05, p. 1-20.

SOARES, Gianna Maria de Paula, (2004). Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa?! *RAE*, v.3, n.2, p.1-15.