

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: um estudo no setor de cerâmica vermelha de Itabaiana-se

SOCIOENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY: a study in the red ceramic industry in Itabaiana-se

*Lucélia Lima Nascimento Costa**

*Ludmilla Meyer Montenegro***

RESUMO

O presente trabalho discute o tema responsabilidade socioambiental, e tem como objetivo investigar como as empresas podem realizar seus negócios de tal maneira que estes estejam correlacionados com a responsabilidade socioambiental. Trata-se de um estudo de casos múltiplos realizado com duas empresas do setor cerâmico da região agreste de Itabaiana - SE. A pesquisa assume um caráter empírico e bibliográfico de natureza qualitativa. Quanto aos fins, é exploratória em razão do número incipiente de publicações que tratam do tema em destaque associado ao objeto de estudo pesquisado - setor cerâmico. Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os informantes-chave e observações no momento das entrevistas. Documentos também foram coletados e analisados. A pesquisa mostrou os níveis de preocupação socioambiental das empresas pesquisadas por meio de seis categorias relacionadas ao tema Responsabilidade Socioambiental. Após realizar a análise dos dados das duas empresas investigadas - Batula e Higino, os resultados revelaram que as empresas possuem poucas práticas de responsabilidade socioambiental e poucos requisitos básicos que sejam congruentes ao conceito de Responsabilidade Socioambiental. Assim, conclui-se que os gestores das empresas pesquisadas se preocupam apenas em atender as obrigações que leis ambientais determinam. Este aspecto revela uma conduta infame em relação às questões socioambientais.

Palavras-Chave: Responsabilidade Socioambiental. Práticas de Responsabilidade Socioambiental. Setor Cerâmico.

Manuscript first received / Recebido em: 23/09/2015 / Manuscript accepted / Aprovado em: 17/11/2015

* Bacharel em Administração. Discente da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: lucelialn@hotmail.com

** Doutora em Administração pela Universidade Federal do Paraná (2013). Professora da Universidade Federal de Sergipe, Campus São Cristóvão - Departamento de Administração (DAD). Atua no mestrado em Administração da UFS (PROPADM). E-mail: ludmilla2907@yahoo.com.br

ABSTRACT

This research explores the socio-environmental responsibility theme and aims to investigate how the organizations can run their businesses concerning the socio-environmental responsibility. It is a multiple cases study held in two organizations of the ceramic industry of Itabaiana, SE, Brazil (Agreste Region). The research is qualitative, empirical and bibliographical. It is also exploratory due to the lack of studies that researches the social-environmental responsibility associated with this object of study/field (ceramic industries). The data were collected through semi-structured interviews done with the key-informants and observations done at the moment of the interviews. Documents were also collected and analyzed. The research showed the levels of socio-environmental concerning of the researched organizations through six categories related to the socio-environmental responsibility theme. The results of the data analysis of the two investigated organizations – Batula and Higino – showed that they have few socio-environmental responsibility practices and few basic requirements that disposes the concept Socio-environmental Responsibility. Therefore, the managers of these companies are worried only with the obligations determined by the environmental laws, revealing da weak conduct concerning the socio-environmental matters.

Keywords: *Socio-environmental Responsibility. Socio-environmental Practices. Ceramic Industries.*

1 INTRODUÇÃO

A postura socioambiental adotada pelas empresas surge como uma necessidade no cenário empresarial. As indústrias do setor de cerâmica vermelha, cada vez mais, buscam gerenciar seus negócios movidos mediante as pressões legais em prol da prevenção, como também de preservação e de buscas sustentáveis para a proteção do meio ambiente desde a prevenção da poluição, envolvendo a seleção das matérias-primas, o desenvolvimento de novos processos produtivos, o reaproveitamento da energia, a reciclagem de resíduos e a integração com o meio ambiente e com as práticas sociais.

No estado de Sergipe, por exemplo, de acordo com o Plano de Desenvolvimento do Arranjo Produtivo de Cerâmica Vermelha Sergipana (2008) e a associação dos Ceramistas de Itabaiana, a atividade de cerâmica vermelha no estado tem sua origem no município itabaianense, considerado principal produtor do território, na década de 30, com a produção em olaria. Conforme os dados do ano de 2008 do APL - Arranjo Produtivo Local - da região Agreste do Estado sergipano, há 27 indústrias formais produzindo blocos e lajotas, sendo que 23 estão localizadas no município de Itabaiana.

Kraemer (2004) ainda reforça a ideia de que a inclusão da proteção do ambiente entre os objetivos da organização moderna amplia substancialmente todo o conceito de administração e esclarece que para entender a relação entre a empresa e o meio ambiente deve existir uma aceitação sobre a teoria de sistemas. E mostra a relação de que a empresa é um sistema aberto que gera bens e serviços, empregos, dividendos, ao passo que consome recursos naturais escassos e gera contaminação e resíduos.

Maimon (1994) esclarece que alguns fatores contribuíram para considerar a responsabilidade como uma preocupação atual, e essa mudança de comportamento diz respeito em primeiro lugar: à opinião pública muito sensível às questões ambientais e em segundo lugar: à expansão do movimento

ambientalista que ganhou destaque na organização política e nas preocupações com produtos ecológicos, seja por meio de estudos sobre os impactos ambientais demonstrados nos relatórios ou na difusão de tecnologias alternativas, o que acabou repercutindo numa maior pressão aos órgãos de regulação ambiental. E em terceiro lugar, à disponibilidade de inovações tecnológicas nos produtos e processos que reduzem e eliminam a poluição.

Com o objetivo de compreender como as empresas podem realizar seus negócios de tal maneira que estes estejam correlacionados com a responsabilidade socioambiental, este artigo teórico-empírico revela que na região agreste de Itabaiana-SE é notável o crescimento de atividades empreendedoras no ramo de cerâmica vermelha, visto que parte da renda da cidade é voltada para esse setor que vem se destacando pela quantidade de empreendimentos localizados na região.

Assim, surge a preocupação com as questões socioambientais, pois neste setor da economia são nítidas as agressões ao meio-ambiente que requerem práticas de sustentabilidade.

Este artigo está estruturado da seguinte forma: introdução, a fundamentação teórica, os procedimentos metodológicos, a análise dos dados, e, por fim, as considerações finais e as referências.

2.REVISÃO TEÓRICA

Este estudo pauta-se na abordagem teórica da Responsabilidade Social, principalmente nos seus seguintes eixos temáticos: (1) Desenvolvimento da sustentabilidade organizacional; (2) Danos e perdas causados pela falta ou pouca importância dada à responsabilidade socioambiental e (3) Estratégias de gestão utilizadas pelas empresas para gerenciarem com responsabilidade socioambiental. Estes foram os eixos temáticos escolhidos porque, ao fazer uma aproximação inicial com o objetivo de estudo, percebeu-se que esta parte da teoria precisaria ser tratada como foco do trabalho para servir de base para a elaboração do roteiro de entrevista, bem como para o desenvolvimento da análise de dados.

2.1 Desenvolvimento da sustentabilidade organizacional

De acordo com Savitz & Weber (2007), as empresas sustentáveis são aquelas que geram lucro para seus acionistas, ao mesmo tempo em que protegem o meio ambiente e melhoram a vida das pessoas com quem mantêm interações. Sendo assim, a única maneira de garantir sucesso nos negócios é utilizar a sustentabilidade e gerenciar a empresa sem causar danos ao meio ambiente e aos seres vivos.

Neste sentido, de acordo com Savitz & Weber (2007), o conceito de sustentabilidade está interligado ao conceito de Tríplice Resultado, proposto por John Elkington que agrega à sustentabilidade as dimensões: econômicas, ambientais, sociais.

Assim, Hermanson (2009) define que sustentabilidade é um conjunto de práticas adotadas que visam diminuir os impactos gerados pelas atividades humanas que poderiam prejudicar e destruir o meio ambiente.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, com publicação da Conferência Internacional de 2008, procurou discutir os conceitos de responsabilidade social e de sustentabilidade, com o intuito de sensibilizar as empresas, mobilizá-las e disponibilizar ferramentas e metodologias para ajudá-las a implementar as práticas socialmente responsáveis.

Para Kraemer *apud* Donaire (1999) o desenvolvimento sustentável, além de equidade social e equilíbrio ecológico apresenta, como terceira vertente principal, a questão do desenvolvimento econômico.

Campos *apud* Kraemer & Sachs (2001) apresentam cinco dimensões do que se pode chamar desenvolvimento sustentável: a sustentabilidade social, econômica, ecológica, espacial e cultural.

Dessa forma, uma empresa que possui um modelo de gestão ambiental já está predisposta a desenvolver práticas de sustentabilidade e ações de responsabilidade social. O reconhecimento destes fatores pelos consumidores e o apoio de seus colaboradores faz com que vantagens competitivas sejam criadas e, conseqüentemente, faz com que as empresas sejam mais bem sucedidas.

2.2 Danos e perdas causados pela falta ou pouca importância dada à responsabilidade socioambiental

Percebe-se que a responsabilidade socioambiental é um tema que demanda atenção não apenas das empresas, mas também dos grupos de interesses (*stakeholders*). Ao não destinar a devida importância a questões de interesse social, as empresas não irão atingir as expectativas desses grupos de interesses, o que certamente prejudicará seu negócio. Dessa forma, Lourenço *et al.* (2002), afirmam que cada *stakeholder* é responsável por alguma contribuição importante para a empresa. Em troca dessas contribuições, espera-se que suas demandas básicas sejam atendidas.

Lourenço *et al.* (2002) destacam que essas demandas básicas estão intimamente ligadas com a questão socioambiental, portanto, ao ignorá-las a empresa entrará em conflito com seus *stakeholders*, gerando com isso sérias conseqüências negativas para seu negócio, como:

- Penalidades causadas por leis governamentais: o descumprimento de leis que regulam impostos ou que protegem o meio ambiente, empregados e consumidores, pode gerar pesadas multas para as empresas, insatisfação do governo e até a perda do direito de exercer a atividade;
- Perda do valor da empresa: uma empresa não deve apenas buscar maximizar seus lucros, ela deve demonstrar que é sustentável, em longo prazo, essa sustentabilidade só se dará aliada às práticas sociais e ambientalmente responsáveis, caso contrário a empresa será desvalorizada e não atrairá investidores.
- Restrição ao crédito: os bancos públicos com participação governamental (BNDES, Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste do Brasil, Banco da Amazônia, Banese) exigem, em muitos tipos de financiamento, que as empresas apresentem documentos como licença sanitária e licença ambiental. Logo, as empresas que não atenderam a requisitos legais de higiene e ambiental, não terão acesso ao crédito.
- Restrição ao mercado externo: para que seus produtos tenham acesso ao mercado de países desenvolvidos, as empresas precisam atender determinados critérios de qualidade e de gestão socioambiental responsável.
- Publicidade negativa: uma ação socialmente irresponsável realizada por uma empresa pode gerar uma onda de publicidade. Atualmente a mídia está muito presente no nosso dia a dia, a TV está praticamente em todos os lares brasileiros e a internet já é muito presente na vida das pessoas. A divulgação de notícias negativas é praticamente instantânea e se espalha com muita facilidade em

redes sociais, e isso pode destruir a credibilidade de uma empresa.

- Baixa produtividade: causada pela insatisfação de seus funcionários com as condições de trabalho, ou a desmotivação dos empregados por não enxergarem em seu trabalho alguma importância para sociedade.
- Desvalorização da imagem da empresa e perda de clientes: a não responsabilidade socioambiental desvaloriza a imagem da empresa, gera insatisfação de clientes ou até mesmo a perda desses clientes. Com isso as receitas diminuem, o lucro fica comprometido e, em alguns casos, a existência da empresa fica ameaçada.

Wisniewski & Bollmann (2012, p.127) complementam que:

É importante reforçar que embora a Constituição atribua tarefas específicas ao Poder Público no sentido de assegurar a efetividade do direito ao meio ambiente, ela coloca a preservação do mesmo como uma responsabilidade coletiva, impondo a todos os agentes econômicos o dever de reparar os danos causados ao meio ambiente bem como sanções penais e administrativas aos seus infratores (WISNIEWSKI & BOLLMANN, 2012, p.127).

A mudança de postura acontece porque a sociedade está mais atenta e exigente. O governo tem aplicado penalidades mais severas para as empresas que cometem irregularidades socioambientais e a sociedade está cada vez mais exigente em cobrar pela reparação dos danos socioambientais.

2.3 Estratégias de gestão utilizadas pelas empresas para gerenciarem com responsabilidade socioambiental

A preocupação ecológica é hoje vista como um fator estratégico de competitividade. Assim, na visão de Scandelari & Cunha (2013, p.186), “na abordagem estratégica, porém, a sustentabilidade deixa de ser vista como obrigação estatutária e passa a ser reconhecida como oportunidade de negócios e fonte de vantagem competitiva para a empresa”.

De acordo com Cruz (2009 p.6):

É normal que as empresas busquem resultados satisfatórios e que sempre melhorem sua *performance* no mercado, sendo importante também a divulgação deste bom resultado a todos interessados. A competitividade entre os concorrentes e as diversas forças do mercado contribui para a busca da excelência. Assim, uma postura estratégica é sempre bem planejada e executada por diversas organizações. Muitas destas ações estratégicas de grandes empresas têm o foco na Responsabilidade Social e seus desdobramentos na Imagem e Reputação da empresa (CRUZ, 2009, p.6).

Por isso, Cruz (2009) evidencia que é por meio de um melhor desempenho ambiental que as empresas podem promover uma maior satisfação para seus clientes, aumentar o valor de sua imagem diante da sociedade e concorrentes, conquistar novos mercados e garantir grandes perspectivas e oportunidades de negócio, reduzir os riscos de arcar com multas e menos probabilidade de acidentes ambientais sérios.

Segundo Wisniewski & Bollmann (2012) a responsabilidade socioambiental passa pelas relações entre Mercado, Estado e Sociedade e é um componente essencial nas estratégias voltadas para a sustentabilidade nas gestões públicas e privadas, visto que algumas estatísticas demonstram essa realidade.

De acordo com Instituto Ethos (2013), há sete diretrizes da responsabilidade social empresarial:

- 1°. Adote valores e trabalhe com transparência;
- 2°. Valorize empregados e trabalhadores;
- 3°. Faça sempre mais pelo o meio ambiente;
- 4°. Envolver parceiros e fornecedores;
- 5°. Proteja clientes e consumidores;
- 6°. Promova sua comunidade;
- 7°. Comprometa-se com o bem comum;

De fato, essas sete diretrizes que o Instituto Ethos traz sobre o tema responsabilidade socioambiental são relevantes para o cenário empresarial, pois suscitam a promoção de ações estratégicas que garantem políticas de inclusão social e a promoção de qualidade ambiental.

Dessa forma, estabelece uma relação harmônica entre os diferentes públicos de interesses, representando não apenas uma obrigação legal da empresa, mas o compromisso com a sociedade e o planeta, já que pensar em práticas sustentáveis nos negócios é um grande desafio para as empresas contemporâneas.

Porter *apud* Alves & Manãs (2014) apontam quatro justificativas que integram a Responsabilidade Social como estratégia para manter uma vantagem competitiva:

- (1) Obrigação Moral: Obter sucesso comercial de maneira que promova os valores éticos, buscar variação nos valores pessoais dos gerentes e demais partes envolvidas;
- (2) Sustentabilidade: Atender os requisitos do presente sem comprometer os requisitos do futuro. Mais eficaz nas questões ambientais em que melhorias podem produzir benefícios econômicos imediatos;
- (3) Licença para Operar: Gerar boa vontade para obter a adesão de governos e outras partes envolvidas. O cumprimento da lei, licenças e alvarás necessários que inclusive cedem controle do programa de responsabilidade social corporativa e
- (4) Reputação: Fortalecer a reputação e a marca perante clientes, investidores e funcionários. Oferecer vantagem competitiva sustentada, enfatizar o impacto social das atividades da empresa (PORTER *apud* ALVES & MAÑAS, 2014, p.10).

Percebe-se que, essas práticas podem contribuir para que as organizações com responsabilidade socioambiental mantenham vantagens competitivas no mercado. Além disso, corroboram com o seu crescimento econômico e tendem a buscar o equilíbrio dos recursos naturais e conseqüentemente o cumprimento do compromisso social com as gerações futuras.

Dessa forma, gerenciar os recursos da empresa priorizando: a obrigação moral, a sustentabilidade, a licença para operar e a reputação da empresa, como justificam os autores citados acima, se torna algo relevante para qualquer organização que reconhece, por exemplo, que gerenciar seus negócios fora dessa conjuntura significa a desestruturação e a perda da lucratividade e rentabilidade, conseqüentemente o crescimento das ameaças e pressões externas que envolvem a cadeia de *stakeholders*.

Donaire, (1994, p.70) explica que:

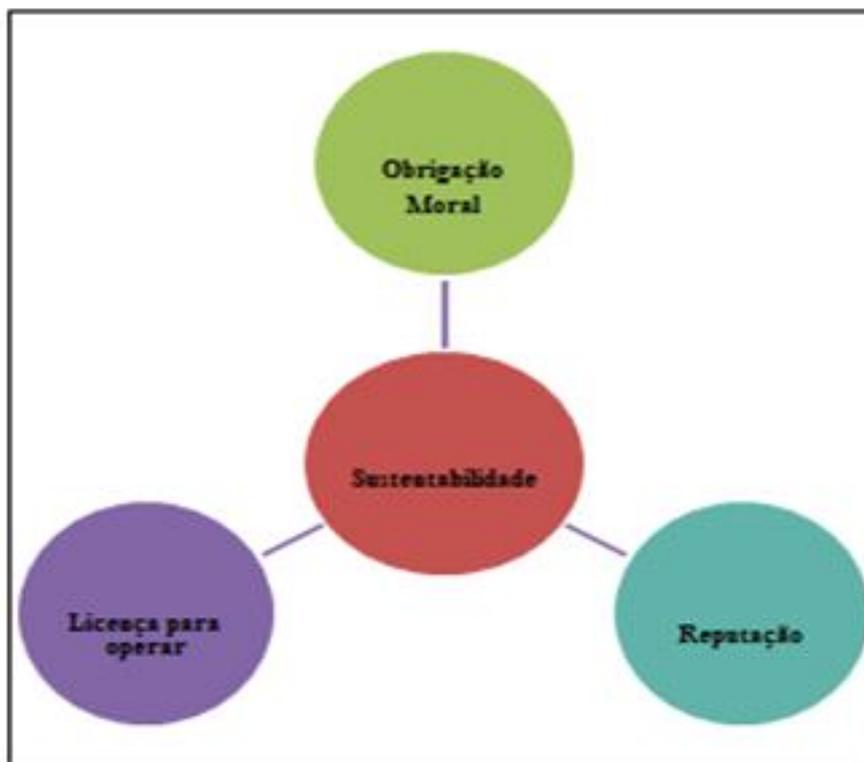
A proteção ambiental deslocou-se uma vez mais, deixando de ser uma função exclusiva de produção para tomar-se também uma função da administração. Contemplada na estrutura organizacional, interferindo no planejamento estratégico, passou a ser uma atividade importante na organização da empresa, seja no desenvolvimento das atividades de rotina, seja na discussão dos cenários alternativos e a conseqüente análise de sua evolução, gerando políticas, metas e planos de ação (DONAIRE, 1994, p.70).

Assim, as empresas contemporâneas sabem que para desenvolverem qualquer atividade pautada em valores socioambientais têm que adotar o cumprimento de leis, licenças de funcionamento ancoradas na sustentabilidade, bem como valores éticos e morais, como requisitos básicos de funcionamento e garantia de sobrevivência.

Partindo desse pressuposto, não bastam somente os benefícios econômicos, mas também os que podem propagar o sucesso da organização e manter a reputação da empresa como: o reconhecimento de empresa cidadã, solidária às causas sociais e ambientais. Concomitantemente, fortalecida na Responsabilidade Social como modelo de Estratégia Competitiva no mercado.

As quatro justificativas de Estratégia de Vantagem Competitiva estabelecida por Porter (2006) *apud* Alves & Manãs (2014) podem ser observadas na figura 1:

Figura 1. Estratégias de Responsabilidade Social Corporativa



Fonte: Adaptado de Porter *apud* Alves & Manãs (2014)

Essa nova conscientização levou as organizações a pensarem em estratégias e a desenvolverem atividades que dimensionassem novos princípios comportamentais e valores éticos responsáveis.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto aos fins, a pesquisa é exploratória porque visa fornecer ao pesquisador maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva (VERGARA, 2008). Diante do número incipiente de estudos relativos à responsabilidade social em empresas de cerâmica vermelha no estado de Sergipe, este tipo de pesquisa foi escolhido porque coube a esta investigação explorar elementos contextuais e teórico-empíricos do fenômeno estudado.

Quanto aos meios, a pesquisa é bibliográfica, porque é realizada com base em material publicado de acesso ao público em geral, utilizando fontes como livros acadêmicos, artigos de revistas científicas, *sites* de instituições e órgãos ambientais, dentre outros (VERGARA, 2008). Esta é a fase inicial da pesquisa. Acredita-se que para realizar uma pesquisa de campo minimamente satisfatória, o pesquisador precisa estar amparado por materiais que sirvam de base para a sua investigação. Então, uma vez definidos o tema, o problema de pesquisa e os objetivos, surgiu a necessidade de se fazer uma revisão de literatura acerca da Responsabilidade Social e, para isso, foram utilizados livros, artigos científicos e *sites* que tratavam do tema. Em seguida, desenvolveu-se um estudo empírico.

Esta pesquisa empírica é de natureza qualitativa e a estratégia de pesquisa utilizada foi o estudo de casos múltiplos. Os casos foram duas empresas de cerâmica vermelha – Batula e Higino – do município de Itabaiana no estado de Sergipe. O setor de cerâmica vermelha foi o escolhido porque observou-se uma grande quantidade de empresas, deste setor, no município estudado. Apesar da grande quantidade de empresas, ainda há poucos estudos desenvolvidos neste setor. A escolha das duas empresas – Batula e Higino – se deu por acessibilidade e por elas serem indicadas por pessoas da região. As duas empresas são legitimadas na região, seja por divulgarem mais suas atividades, ou por servirem de exemplo às outras, no que tange à organização de processos e gestão. Não foi possível revelar mais detalhes sobre esta questão, uma vez que este não era o foco desta pesquisa.

Optou-se pelo estudo qualitativo porque este busca percepções e entendimentos sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação de caráter subjetivo. A interpretação dos fenômenos permite expressar dados subjetivos sem relacionar métodos e técnicas estatísticas. Portanto, nesta pesquisa buscou-se compreender, analisar e interpretar o fenômeno estudado, associando sempre o que foi coletado e observado em campo com o que foi lido na revisão de literatura.

Dessa forma, Yin *apud* Gil (2010, p. 37) enfatiza que o estudo de caso: “hoje é encarado como o delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real, onde os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente percebidos”. Optou-se por realizar um estudo de casos múltiplos porque a ideia inicial da pesquisa era compreender a realidade de mais de uma empresa do mesmo setor - localizadas no mesmo município, com o intuito de identificar práticas, projetos e/ou procedimentos sustentáveis semelhantes - ou diferentes - das empresas pesquisadas. Tentou-se contato com mais empresas; contudo, apenas duas aceitaram participar da pesquisa.

Com base nas fontes de evidência do estudo de caso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os informantes-chave, bem como coletados e analisados os documentos disponíveis e realizadas observações no momento das entrevistas.

A entrevista semiestruturada foi escolhida para este estudo devido a necessidade de explorar o tema e abordar os entrevistados com certa liberdade - o que a entrevista estruturada e o questionário fechado não permitiriam; todavia, precisou-se estruturar um 'caminho' a ser seguido, uma vez que algumas perguntas precisariam ser feitas para que os objetivos da pesquisa fossem cumpridos. Assim, diante deste panorama de necessidade investigativa, verificou-se que a entrevista semiestruturada era a mais apropriada para o estudo. Este tipo de entrevista, de acordo com Rampazzo & Corrêa (2008), corresponde ao roteiro com perguntas que expõe a situação concreta da entrevista, na qual o pesquisador vai entrevistando e adicionando, quando necessário, novas perguntas a fim de conduzir a objetividade e o aprofundamento das questões relevantes.

Os documentos serviram para confirmar informações coletadas nas entrevistas, visto que a pesquisa documental é uma fonte de dados que auxilia o melhor entendimento dos achados e fortalece evidências coletadas por outras fontes, garantindo a confiabilidade de achados por meio de uma triangulação dos dados (MARTINS; THEÓPHILO, 2007).

Já as observações foram feitas apenas no momento da entrevista, sem detalhamento, então serviram apenas para constatar questões relativas ao ambiente de trabalho e à rotina dos funcionários, mas não exerceram grande peso analítico no que tange ao tipo de coleta de dados em si.

Para a interpretação e análise dos dados da pesquisa foi utilizada a técnica da análise de conteúdo proposta por Bardin (1977). Para a autora, a análise do conteúdo aparece como: "um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utilizam procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens" (BARDIN, 1977, p. 38).

Bardin (1977, p.38) endossa ainda que: "a intenção da análise de conteúdo é inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativo ou não)".

Dessa forma, a interpretação e análise dos dados da pesquisa sucede à inferência. E a etapa que atribui sentido aos dados coletados é a validação ou refutação destes, ao passo que se baseia no referencial teórico apontado.

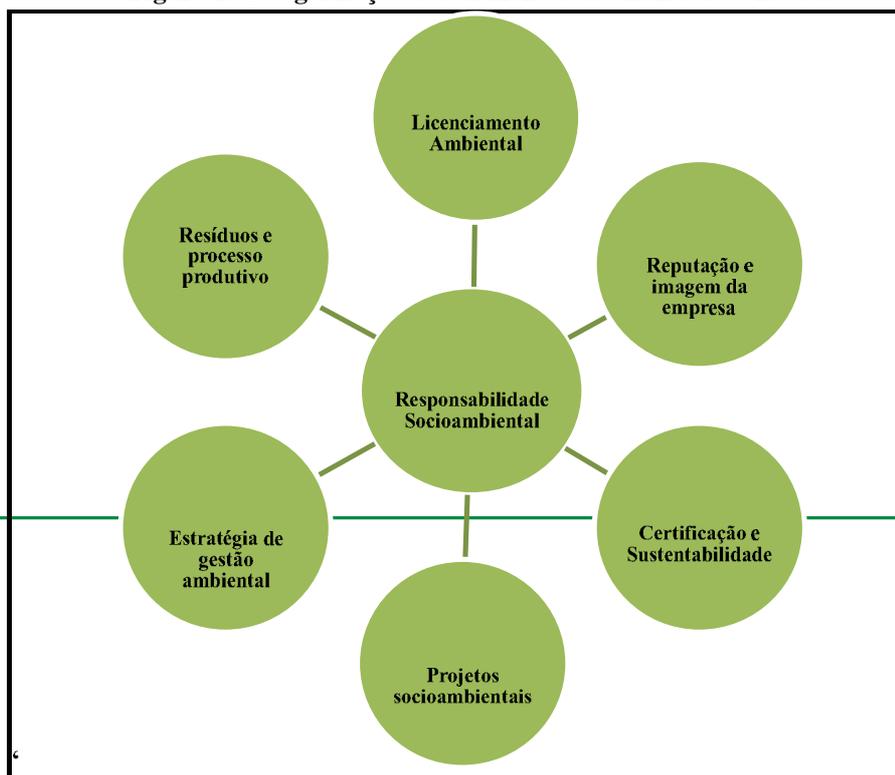
As transcrições das entrevistas foram submetidas à análise de conteúdo que, de acordo com Bardin (1977 p, 44), tem como objetivo desvendar "aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça".

Segundo Dellagnelo & Silva *apud* Mozzato & Grzybovski (2011, p.733), "a análise de conteúdo vem se mostrando como uma das técnicas de análise de dados mais utilizada no campo da administração no Brasil, especialmente nas pesquisas qualitativas".

A categorização, segundo Bardin (1977), é a classificação de elementos constitutivos de um conjunto de elementos baseados na diferenciação. Desse modo, as categorias agrupam elementos constitutivos com particularidades em comum de um agrupamento sob um título genérico.

Com isso, os dados desta pesquisa foram distribuídos em seis categorias, de acordo com o tema Responsabilidade Socioambiental. As entrevistas foram delineadas de acordo com os seguintes pontos categóricos: (I) Reputação e Imagem da empresa, (II) Estratégias de Gestão Ambiental; (III) Licenciamento Ambiental, (IV) Projetos Socioambientais, (V) Certificação e Sustentabilidade e (VI) Resíduos e Processo Produtivo. Essas categorias podem ser observadas na figura 2.

Figura 2. Categorização dos elementos da análise de conteúdo



Fonte: Elaboração Própria (2015)

4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

De acordo com Lakatos & Marconi (2008, p. 169): “uma vez manipulados os dados e obtidos os resultados, o passo seguinte é a análise e interpretação dos mesmos, constituindo-se ambas no núcleo central da pesquisa”.

Os dados foram analisados a partir das respostas dos entrevistados E1, E2, E3 e E4. Dessa forma, observou-se as principais etapas do processo produtivo por meio de duas visitas técnicas em cada empresa que durou 20 minutos cada.

Além disso, foi feita a análise de documentos fornecidos pelas empresas objeto de estudo que tratam do processo de licenciamento e operação da indústria e certificações de licenciamento de extração de recursos de matéria-prima.

4.1 Caso 1: a Empresa Batula

A Cerâmica Batula Ltda. é uma empresa fundada em 20 de janeiro de 1983 que atua há mais de 30 anos na fabricação de blocos cerâmicos - vedação, estrutural e lajotas, está localizada na Rua Projetada, s/n no município de Itabaiana, SE. A empresa tem como foco principal a qualidade e o desenvolvimento de produtos cerâmicos para atender a construção civil.

A empresa possui 56 funcionários que ocupam as seguintes funções: auxiliar de escritório, forneiro, foguista, ceramista, operador de misturador, marombeiro, motorista, pedreiro, operador de retroescavadeira, operador de pá carregadeira, operador de tratorzinho, mecânico e vigia.

A Batula possui modernas instalações e máquinas para que os colaboradores possam realizar seu trabalho com qualidade e segurança.

Apesar de ser uma indústria de cerâmica vermelha, em que o manuseio da argila proporciona a propagação de poeira e sujeira, a fábrica é limpa, arejada e utiliza filtros em suas chaminés, evitando a dispersão de fumaça no meio ambiente. Além disso, zela por um ambiente agradável e saudável, com a plantação de eucalipto que compõe áreas verdes no entorno da indústria.

O levantamento das informações por meio das entrevistas com a empresa Batula foi realizado nos meses de janeiro e fevereiro de 2015, totalizando 2 entrevistas. As entrevistas foram realizadas nos dias 24 de janeiro e 6 de fevereiro de 2015 na própria empresa, e tiveram como objetivo principal identificar e explorar as seis categorias elencadas no referencial teórico do trabalho.

Antes da aplicação das entrevistas foi esclarecido oralmente aos informantes-chave os objetivos da pesquisa e aspectos acerca do tema responsabilidade socioambiental.

As entrevistas foram conduzidas por uma das autoras deste trabalho e tiveram duração aproximada de 1 (uma) hora cada uma. As entrevistas foram realizadas individualmente, em ambiente reservado. As entrevistas foram devidamente gravadas.

A partir das respostas dos entrevistados E1 e E2, desenvolveu-se uma análise de conteúdo com os dados coletados na empresa Batula.

Categoria 1 – Reputação e Imagem da Empresa

Nesta categoria ambos entrevistados concordam que as práticas de responsabilidade socioambiental trazem benefícios para imagem e reputação da empresa sendo necessário produzir pensando nessas questões.

No entanto, na fala do E2, apesar de compartilhar da mesma opinião do E1, ele deixa claro que cumpre e adota práticas de responsabilidade socioambiental porque a legislação ambiental determina e relatam a obrigatoriedade em seguir as normas revelando uma conduta fraca de gestão ambiental.

Ao serem questionados se a empresa inclui Responsabilidade Socioambiental e Sustentabilidade como elemento essencial em sua estratégia por meio de sua integração nos processos decisórios, os entrevistados relataram que consideram que a empresa objeto de estudo consegue operacionalizar suas atividades pensando no desenvolvimento sustentável porque seguem as recomendações da ADEMA, do engenheiro de segurança do trabalho, e a empresa abastece os fornos com lenha reflorestada e licenciada - Eucaliptos. Além disso, a extração da argila é licenciada pelos órgãos responsáveis pela preservação do meio ambiente.

Detecta-se ainda que as práticas socioambientais podem se tornar ações rotineiras no ambiente corporativo, pois na atual conjuntura dos negócios não há como gerenciar sem pensar nesses valores.

É possível identificar a mesma opinião por diversos autores na literatura existente sobre o estudo. Para Kraemer (2005, p. 2): “A gestão ambiental vem ganhando um espaço crescente no meio empresarial. O desenvolvimento da consciência ecológica em diferentes camadas e setores da sociedade mundial acaba por envolver também o setor empresarial”.

Categoria 2 – Estratégia de gestão e redução dos impactos ambientais

Sobre as medidas de redução dos impactos ambientais no ramo atividade de cerâmica vermelha revelou-se que a atividade do processo produtivo da indústria ceramista pode causar impactos negativos ao meio ambiente com o uso contínuo e inadequado do solo na retirada da argila, o corte da lenha como fonte de combustível para alimentação de fornos da indústria ceramista pode causar a desertificação do solo, desmatamento da vegetação nativa, além da emissão de gases poluentes na atmosfera.

Diante disso, a postura socioambiental merece destaque. E as principais ações que a empresa realiza para minimizar esses impactos são: monitoramento e redução da poluição do ar ao utilizar os filtros nas chaminés, redução da emissão de (poeira) proveniente das vias de acesso no transporte da matéria-prima - argila, caminhão-pipa para molhar as estradas, controle da emissão de ruídos provenientes dos caminhões e maquinários da indústria, aproveitamento dos recursos, evitando desperdícios, reaproveitamento dos restos de blocos quebrados e sem conformidade com padrões de qualidade, doação para a comunidade, esse material que é usado na construção de moradias.

De acordo com a mesma categoria no questionamento sobre o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) que inclui medidas de redução, prevenção ou controle de riscos ambientais verificou-se que a empresa possui o PPRA elaborado pelo engenheiro de segurança do trabalho e esse programa atende as medidas de prevenção, controle e monitoramento da segurança do funcionário na indústria ceramista. Promove palestras e cursos sobre treinamento e segurança, sobre o uso de EPIs - Equipamento de proteção individual - mostrando os riscos ambientais no qual os trabalhadores estão expostos.

Entretanto, é válido que os empreendedores analisem também os riscos e impactos sociais e ambientais e que busquem na “Produção Mais Limpa” a melhor forma de prevenir e minimizar os impactos ambientais. É importante lembrar que menos resíduos significa menos custos também, por isso é importante prevenir, minimizar, tratar e, em último caso, dispor corretamente dos resíduos.

A questão da prevenção da segurança e das doenças ocupacionais no trabalho é algo monitorado e fiscalizado pelo ministério do trabalho. As emissões de ruído ocasionadas na atividade ceramista devem obedecer os limites de acordo com as NBRs nº 10.151 e nº10. 152 da ABNT referenciada pelo CONAMA nº 01/90.

Com relação às ações, atividades e programas de responsabilidade socioambiental-RSA voltados para seus funcionários e comunidade os entrevistados afirmaram que a Batula não possui ações e programas de responsabilidade socioambiental e ressaltaram que a empresa cumpre com obrigações legais no que diz respeito à contratação de funcionários com o devido registro na carteira de trabalho, não utilizam o trabalho infantil e escravo e há apenas ações de filantropia e doações e ajuda comunitária.

O entrevistado 2 elucida que “damos apenas ajuda individual doando blocos para comunidade carente quando pedem uma ajuda”. E as ações de responsabilidade ambiental enfatizaram que a empresa adotou a implantação do filtro de lavagem dos gases da chaminé, tornando a queima ecologicamente correta.

No que diz respeito sobre a área de preservação permanente (APP) em suas propriedades ou em propriedades de terceiros foi mencionado que a empresa explora as jazidas de minérios (argila) em municípios circunvizinhos, áreas de preservação permanente de terceiros submetidas à

recuperação ambiental e cada segmento da lavra é orientado pelo geólogo ou engenheiro de minas, como recomenda a ADEMA.

O entrevistado 2 enfatizou que “todo barro é licenciado, assim como a lenha de reflorestamento que usamos que compramos de fornecedores da Bahia tem que ser de áreas de preservação ambiental permanente porque tudo é fiscalizado pelos órgãos ambientais”.

Categoria 3 – Licenciamento Ambiental

A análise nesta categoria concentrou-se em questionamentos como: os tipos de licenciamentos utilizados no empreendimento de cerâmica com relação a aprovações, especificações, medidas de controle ambiental e demais condicionantes.

Os entrevistados da pesquisa relataram que há três tipos de licenciamentos para de fato empreender na indústria de artefatos de cerâmica vermelha que são exigidas pelos órgãos de fiscalização: (1) a licença prévia, concedida quando você decide implementar o negócio, ou seja, a atividade ceramista onde é definida a localização da empresa, momento em que se observa se ela é capaz de operar pensando na viabilidade ambiental, (2) a licença de instalação que autoriza a instalação da cerâmica. Esta licença é emitida pela prefeitura municipal. É a chamada licença para localização e funcionamento (Alvará) que é renovada a cada ano, e (3) a licença de operação que autoriza o empreendimento a operar instalações ou equipamentos com as medidas de controle ambiental e são emitidas pela ADEMA, DNPM e IBAMA.

A Cartilha Ambiental Cerâmica Vermelha (2014) endossa ainda que a regularização ambiental é um ato de responsabilidade social empresarial. Dessa forma, a empresa reconhece suas obrigações com o meio-ambiente e com a sociedade.

Além disso, ao regulamentar seus empreendimentos e empreender com o uso das licenças impostas pelo órgão ambiental, ferramentas de gestão e procedimentos de minimização de riscos ambientais, a empresa está preventivamente reduzindo a possibilidade de um dano ao meio-ambiente.

Sobre a questão que evidenciou as maiores dificuldades para regularizar os empreendimentos de cerâmica vermelha os relatos confirmaram que existe uma demora da ADEMA em fiscalizar e liberar as licenças ambientais de operação e também a mão-de-obra escassa de engenheiros de minas que possam fazer o relatório de acompanhamento e monitoramento ambiental para que ocorra a aprovação da ADEMA.

Em relação à regularização e o monitoramento das empresas de cerâmica e a necessidade e se devem ser cumpridos, neste quesito, os informantes-chave mencionaram que é necessária a regularização e o monitoramento e ainda enfatizaram que é indispensável para uma gestão empresarial comprometida com a sustentabilidade e as questões socioambientais.

Porém, justificaram que a demora da fiscalização por parte da ADEMA para liberar as licenças ambientais e os trâmites legais impulsionam e forçam muitas cerâmicas a agirem de forma ilegal.

O entrevistado 2 esclareceu que a regularização ajuda a melhorar a imagem da empresa perante a sociedade. Contudo, a falta de flexibilização das leis ambientais leva as empresas pequenas a agirem na ilegalidade.

Com relação ao apoio do governo e das instituições fiscalizadoras para reduzir os problemas na indústria de cerâmica na região de Itabaiana. Segundo os entrevistados, não existe apoio do governo

e das instituições fiscalizadoras e, de acordo com eles, os órgãos do governo de atuação reguladora como a ADEMA fazem apenas as visitas técnicas de inspeção e monitoramento. Os entrevistados esclareceram ainda que as empresas que não estão regulamentadas ou em processo de regularização recebem apenas advertências para providenciar as licenças.

Na opinião dos entrevistados, eles precisariam de mais apoio dessas instituições e mais esclarecimentos sobre as questões ambientais. Além disso, enfatizaram que elas não deveriam agir de maneira tão reguladora e fiscalizadora. Seria preciso adotar projetos do governo que mostrassem o porquê da importância das boas práticas de manejo e preservação ambiental, estimulando os microempreendedores da região a abrirem seus negócios e empreenderem movidos pela conscientização e pelos valores da educação ambiental.

Por fim, a última questão dessa categoria esclareceu se há conhecimento dos tipos de punição para as não-conformidades das práticas socioambientais, como também se a empresa já foi multada alguma vez por deixar de cumprir alguma exigência legal e quais os órgãos fiscalizadores que aplicaram as multas.

Ambos os entrevistados responderam que os tipos de punição para a indústria ceramista por não estarem em conformidade com as práticas socioambientais variam desde a punição por meio de advertências, multas e suspensão das atividades a perda do direito de explorar as jazidas de minérios. Eles relataram que produzem seus artefatos de cerâmica na legalidade, por isso não receberam multas dos órgãos fiscalizadores.

Categoria 4 – Projetos socioambientais

Em resposta a essa categoria, os entrevistados responderam que a empresa não possui ou desenvolvem projetos sociais e ambientais junto à comunidade.

Categoria 5 – Certificação e sustentabilidade

Nessa categoria verificou-se que a empresa não possui selos de certificação ambiental ou social. A Batula possui somente o selo de certificação de qualidade do IMETRO para a comercialização de seus produtos cerâmicos.

Entretanto, é relevante a certificação socioambiental porque incorpora à estratégia de gestão uma atuação responsável e demonstra o desempenho de qualidade do produto. Com isso, as empresas ganham notoriedade e a confiança dos diversos stakeholders.

Com relação aos processos de gestão que a empresa incorpora para obter o uso sustentável dos recursos naturais renováveis e as tecnologias “limpas” e ecologicamente corretas utilizadas na cerâmica foi identificado o uso sustentável dos recursos naturais renováveis ao abastecer seus fornos com lenha de reflorestamento com nota fiscal adquirida de áreas de manejo florestal como determina a ADEMA.

Além disso, a empresa tem instalado filtros antipoluentes nas chaminés para o controle de gases poluentes na atmosfera como CO (monóxido de carbono), dióxido de carbono (CO₂) e demais gases. A empresa dispõe do lavador de gases - equipamento cuja função é a retenção dos gases provenientes da queima da lenha.

Outro ponto levantado na pesquisa é se a empresa desenvolvia alguma ação de modo a organizar uma Rede de Fornecedores Socialmente Responsáveis/Sustentáveis e quais as matérias-primas comercializam. De uma forma geral, a maior preocupação da empresa é comprar madeira certificada, isto é a reflorestada, seus principais fornecedores são do estado da Bahia e segundo eles, estes cumprem com as exigências legais. Além disso, comercializa a argila comprada de municípios próximos a região que também assumem as responsabilidades socioambientais.

E, por último, perguntou-se se a empresa desenvolvia algum tipo de relatório ou documento no qual divulga as ações de responsabilidade socioambiental. Os entrevistados responderam que não; isto é, a empresa Batula não dispõe de relatório ou documento no qual é divulgado as ações de responsabilidade socioambiental, já que não possui programas e projetos que ressalte esses tipos de ações.

Destaca-se que se a empresa dispusesse de ações e projeto socioambiental, seria notório que divulgassem algum relatório ou documento desse porte sobre a responsabilidade corporativa.

O compromisso alinhado com as práticas sustentáveis são ações que demonstram o comprometimento, a seriedade e o respeito de uma empresa cidadã que produz para adquirir não só o benefício econômico, mas preocupa-se em divulgar com transparência informações sobre sua atuação corporativa, desempenho operacional, resultados e contribuições para a sociedade.

Categoria 6 – Resíduos e Processo Produtivo

No que tange aos resultados evidenciados pela análise dessa categoria, observou-se onze fases no processo produtivo da cerâmica vermelha: Extração da matéria-prima (argila), Estocagem da matéria-prima, Dosagem e mistura, Alimentação, Desintegração, Laminação, Extrusão, Corte, Secagem e queima Estocagem do produto acabado e Expedição.

A última pergunta da categoria referiu-se às principais medidas de descarte dos resíduos provenientes da fumaça que sai da chaminé dos fornos para a proteção do meio-ambiente. As medidas consistem na troca da água dos filtros da chaminé que é feita uma vez por semana e coloca-se cal para enfraquecer o PH da água.

O E1 enfatizou: “O resíduo da fumaça forma uma espuma de cor preta que parece lama e é misturado na argila. Além disso, fazemos o descarte colocando um adubo químico natural (orgânico), pois a água do filtro fica altamente corrosiva”.

Os entrevistados explicaram ainda que uma parte dos resíduos sólidos provenientes dos restos de blocos quebrados é novamente misturado à massa cerâmica, assim como as cinzas da queima da lenha, como também outra parte dos resíduos sólidos (blocos quebrados) é utilizada em aterros de terrenos e estradas.

4.2 Caso 2: a Empresa Higino

A cerâmica Higino Ltda. era apenas uma pequena olaria. Na busca pelo aumento da produção, melhoria da qualidade e atendimento aos clientes, houve um processo de ampliação e modernização ao longo dos anos.

Hoje a empresa possui dois fornos contínuos um grande e outro médio, localiza-se no bairro

Marianga, na Rua Maria Tavares da Costa, Itabaiana, SE. É uma empresa familiar de pequeno porte que iniciou as atividades no setor cerâmico desde 13 de agosto de 1980.

A empresa Higino tem como atividade ou ramo de negócio principal a fabricação de artefatos de cerâmica vermelha e barro cozido (blocos e lajotas) para uso na construção civil, por meio da fabricação de produtos dentro dos padrões e normas exigidas pela ABNT. A produção gerada pela empresa é distribuída no próprio estado e para depósitos de cidades circunvizinhas que revendem material de construção.

A empresa é gerenciada por seis sócios e possui aproximadamente 67 (sessenta e sete) funcionários. Além disso, a Higino preza pela preservação do meio ambiente, pois a argila usada na fabricação dos produtos ela retira de jazidas regulamentadas e licenciadas.

A coleta de dados da empresa Higino foi realizadas no mês de fevereiro de 2015 (no dia 24) com dois gestores da empresa, totalizando 2 (duas) entrevistas, com o intuito de compor informações relevantes sobre o tema de pesquisa.

Para a realização das entrevistas foram adotados os seguintes procedimentos: os dois gestores da empresa foram informados oralmente sobre os objetivos da pesquisa, bem como foi perguntado aos entrevistados se concordavam em divulgar o nome da empresa na pesquisa. Ambos concordaram em expor o nome da empresa objeto de estudo e autorizaram a gravação da entrevista, o que tornou possível fazer um recorte e reproduzir fielmente o depoimento dos entrevistados.

Para a análise dos dados da empresa Higino tomou-se como base os depoimentos dos entrevistados E2 e E3.

Categoria 1 – Reputação e imagem da empresa

Nesta categoria, os dados demonstraram o reconhecimento que as práticas de Responsabilidade Socioambiental trazem através dos benefícios para a reputação e imagem da empresa. Dentre as principais práticas de RSA, destacaram-se: a compra de matéria-prima certificada e implantar processos produtivos que sejam mais corretos, mais limpos um exemplo é a utilização de filtros e reutilização da água.

Os entrevistados evidenciaram em seus depoimentos a importância das práticas de responsabilidade socioambiental, como também deixaram claro que, independentemente do tamanho da empresa, não podem esquecer o compromisso com o meio ambiente e com os valores sociais.

Os dados demonstraram ainda que a Higino é uma empresa de médio porte e não tem um sistema de gestão ambiental implantado e integrado na empresa, mas incluem Responsabilidade Socioambiental e Sustentabilidade na condução dos seus negócios em sua estratégia de gestão nos processos decisórios quando compram lenha de reflorestamento (Eucalipto) e extraem minérios de locais permitidos com as licenças do DNPM e ADEMA. Portanto, há uma preocupação com a Sustentabilidade e com os recursos naturais e renováveis.

Categoria 2 – Estratégia e redução dos impactos ambientais

A categoria 2 apontou quais medidas para reduzir os impactos ambientais potenciais da indústria de cerâmica e se dispõe, quais são as utilizadas. A análise nesta categoria concentra-se em

mostrar as principais medidas de redução dos impactos ambientais usadas na empresa dentre elas: a utilização da madeira de reflorestamento (Eucalipto) certificada pelo IBAMA e ADEMA no qual essa matriz energética é vinda principalmente da Bahia, o filtro de carbono que transforma a fumaça em vapor d'água, uso dos blocos quebrados que são usados no aterro em estradas que são doados para a comunidade, transporte de argila em caçambas cobertas com lonas para que a poeira não seja dispersa no meio-ambiente, as cinzas oriundas da queima da lenha de eucalipto são depositadas no solo que acabam servindo de adubo orgânico.

É possível constatar que há uma diversidade de medidas socioambientais que a empresa objeto de estudo realiza para reduzir os impactos e agressões ao meio-ambiente. Há uma difusão da sustentabilidade com a substituição do consumo de fontes energéticas não-renováveis para as renováveis, diminuição das emissões de gases poluentes.

Na questão 3 que compunha essa categoria, os entrevistados confirmaram que a empresa Higino possui o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) que monitora os riscos ambientais. Eles esclareceram que é elaborado pelo técnico de segurança do trabalho que presta consultoria externa e vem duas ou três vezes no mês para realizar palestras sobre a importância da segurança no trabalho. Este profissional também é responsável pela CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes).

De acordo com os entrevistados, o PPRA é um relatório que visa mostrar como a empresa pode melhorar a qualidade de vida dos funcionários, através da preservação da saúde e a integridade física, apontando os riscos ambientais na empresa seus impactos no trabalhador e possíveis medidas de controle.

Sobre as ações de responsabilidade socioambiental (RSA) voltada para seus funcionários e comunidade e que tipos de atividades a empresa realiza em relação a RSA, enfatizou-se que as principais ações de responsabilidade socioambiental realizadas pela empresa é a preocupação com medidas de segurança e os riscos que a atividade ceramista proporciona ao trabalhador.

Os informantes-chave explicaram que uma vez por ano ocorre uma gincana chamada "CIPA", organizada pelo engenheiro e técnico de segurança do trabalho na qual os funcionários participam de um ciclo de palestras que permite compreender os riscos decorrentes da atividade, atuando preventivamente com medidas de proteção coletivas e individuais. Os temas discutidos referem-se aos seguintes pontos: a utilização de EPIs, noções de primeiro socorro, e a segurança na proteção de incêndio destinada principalmente aos queimadores e forneiros. Com relação às ações de responsabilidade ambiental, os entrevistados referiram-se ao uso de filtros que retêm os poluentes emitidos em determinadas fases da produção industrial.

Segundo os entrevistados, as palestras e cursos oferecidos aos funcionários são medidas de monitoramento e controle preventivas contra acidentes, e essas ações estimulam os funcionários a conhecerem os principais riscos ocupacionais inerentes à indústria de cerâmica, seus impactos e possíveis medidas de controle.

A última pergunta dessa categoria foi verificar se a empresa possuía área de preservação permanente (APP) em suas propriedades ou em propriedades de terceiro por ela utilizados.

Os entrevistados E3 e E4 responderam que a empresa não possui área de preservação permanente em suas propriedades, mas em propriedades de terceiros. Eles responderam que a cerâmica por ordem

e cumprimentos das leis ambientais deve respeitar os limites impostos pelo DNPM em relação às encostas dos riachos ou barreiros para extração de argila e manter as áreas de preservação permanente, conforme estabelece a Resolução CONAMA.

Neste sentido, foi elucidado pelos entrevistados que a ADEMA só permite como fonte energética a lenha de reflorestamento explorada de área de preservação permanente. Na empresa Higino Ltda., a matriz energética é comprada em Alagoinhas, Estado da Bahia e certificada com selo de madeira reflorestada em áreas de preservação permanente.

Categoria 3 – Licenciamento ambiental

A categoria 3 refere-se às perguntas sobre Licenciamento ambiental. De acordo com os entrevistados, são três tipos de licenças para a implantação do empreendimento de cerâmica: (1) **Licença Prévia**: licença no qual autoriza a localização do empreendimento. (2) **Licença de Instalação** que permite a construção da fábrica, mediante condicionantes de controle ambiental e (3) **Licença de Operação** emitida pelo DNPM e ADEMA que permite o início do funcionamento do negócio. Foi elucidado pelos entrevistados E3 e E4 que por meio dessa licença é adquirida a autorização para extração de minério (argila). A licença de operação é renovada a cada ano e publicada no Diário Oficial de Sergipe.

Dessa forma, a **Cartilha Ambiental Cerâmica Vermelha** esclarece a importância de se obter as licenças ambientais para regularização e funcionamento dos empreendimentos de cerâmica:

Logo, obter as licenças ambientais obrigatórias permite:

- Conhecer possíveis fontes de poluição e de riscos existentes e de que forma podem ser controladas;
- O funcionamento de forma compatível com os padrões de qualidade ambiental;
- O controle da poluição ambiental (ar, solo, águas, ruído e vibração, entre outros);
- Melhorar o relacionamento com a comunidade e com os órgãos públicos (CARTILHA AMBIENTAL CERÂMICA VERMELHA, 2014, p. 45).

Assim, para que o setor produtivo de cerâmica vermelha esteja ambientalmente correto, é necessário que o gestor adeque o seu empreendimento à legislação e às leis de responsabilidade socioambiental, visto que a atividade de fabricação de produtos e artefatos cerâmicos é classificada pela Política Nacional do Meio Ambiente, lei nº 6.938/81- Anexo VIII, como indústria de produtos minerais não metálicos, potencialmente poluidora e utilizadora de recursos ambientais.

Com relação às dificuldades na regularização dos empreendimentos de cerâmica para atuarem seus negócios de forma legal há dificuldades na regularização, por causa da burocracia dos órgãos fiscalizadores que retardam os processos legais. Além disso, enfatizaram que quando é necessário renovar as licenças de operação os processos também são demorados.

Entretanto, sobre a regularização e o monitoramento das empresas de cerâmica - se são necessários e devem ser cumpridos - a pesquisa revelou que é importante porque ao se tornarem regularizadas, as empresas podem produzir sem se preocupar com as multas dos órgãos ambientais, sem as pressões do governo.

Conforme o depoimento do entrevistado 3:

O monitoramento acaba dificultando as empresas ilegais a produzirem os blocos cerâmicos, devido o rigor da fiscalização dos órgãos ambientais. É bom a regularização e o monitoramento porque barra as empresas ilegais que vendem mais barato. Dessa forma, as empresas sérias que respeitam a fiscalização só têm a ganhar, pois a regularização e o monitoramento é um dever e uma obrigação que todas as cerâmicas devem cumprir (E3).

Com relação ao apoio do governo e das instituições fiscalizadoras para reduzir os problemas ambientais da indústria de cerâmica na região de Itabaiana, os entrevistados responderam que os fiscais da ADEMA vão na empresa e fiscalizam o processo de licenças de operação na cerâmica e fornecem as orientações necessárias para que se entregue as licenças no prazo.

Assim, os fiscais da ADEMA esclarecem que a empresa tem de dispor de medidas para reduzir os problemas ambientais e uma delas é o relatório anual de emissões de particulados e fumaças oriundos das chaminés dos fornos, do sistema de tratamento das emissões de gases e da limpeza periódica dos filtros para reparar os danos causados ao meio- ambiente.

O entrevistado 3 enfatizou que: “O ministério do trabalho tem um papel importante de verificar se há irregularidades do ponto de vista da segurança do trabalho, os fiscais olham o que está errado e auxiliam a fazer o correto com relação aos riscos ambientais”.

E por fim, perguntou-se quais os tipos de punição para as não conformidades das práticas socioambientais? A empresa já foi multada alguma vez por deixar de cumprir alguma exigência legal? Quais os órgãos fiscalizadores aplicaram as multas?”.

Os entrevistados responderam que os tipos de punição variam entre suspensão temporária ou definitiva da atividade cerâmica para as empresas que não funcionam com licenças ambientais, advertências, e multas previstas em lei e também pode se resumir a cestas básicas, segundo os entrevistados essas punições estão incluídas na Lei de Crimes Ambientais.

Os entrevistados responderam que nunca receberam multas e enfatizaram que se preocupam em seguir as obrigações legais. Foram mencionados como órgãos de fiscalização e aplicações de multas a ADEMA, DNPM e o IBAMA.

Trennepohl (2009) acrescenta que a constituição através da Ação Civil Pública regulada pela Lei nº 7.347 de 24 de julho de 1985 pode obrigar as empresas a repararem os danos causados ao meio- ambiente, independentemente de sanções penais ou administrativas como afirmaram os entrevistados.

Categoria 4 – Projetos socioambientais

Na categoria 4 foi destacado o tema projetos socioambientais, os entrevistados responderam que a empresa Higino não possui ou desenvolve projetos sociais e ambientais junto à comunidade.

Categoria 5 – Certificação e sustentabilidade

De acordo como os depoimentos dos entrevistados, a empresa Higino não possui nenhum selo de certificação ambiental. O entrevistado 3 enfatizou que: “por ser uma empresa de pequeno porte,

a Higino não tem condição de ter uma certificação ISO, pois acaba sendo muito burocrático e muito caro para a empresa pequena ter um certificado desses”.

O entrevistado 4 complementou afirmando que: “a empresa possui apenas o selo de certificação do Imetro, pois cada bloco produzido na cerâmica precisa ser inspecionado e estar de acordo com os padrões de qualidade estabelecidos”.

Apesar dos investimentos e gastos com os selos e certificações socioambientais, as empresas que os possuem adquirem e ganham relevância no cenário mundial porque possibilita a empresa manter os compromissos junto à atuação responsável com sua cadeia de *stakeholders*.

Nesta mesma categoria foi pesquisado quais os processos de gestão da empresa para incorporar o uso sustentável dos recursos naturais renováveis como requisito prioritário e as tecnologias “limpas” e ecologicamente corretas utilizadas na cerâmica.

É incorporado no processo de gestão: práticas de reciclagem dos produtos cerâmicos os blocos crus e não conformes são misturados à massa cerâmica, o filtro de fibra de carbono para o controle de emissões atmosféricas.

O entrevistado 4 complementou que a empresa utiliza como tecnologia limpa a madeira de reflorestamento, fonte energética e alternativas disponíveis para minimizar os impactos ambientais e sociais como: substituição dos fornos intermitentes pelo contínuo reaproveitamento de cacos dos produtos cerâmicos, isto é, os blocos quebrados são reaproveitados no processo produtivo, há utilização da secagem natural dos blocos, além da artificial com o uso do secador contínuo que diminui o consumo energético.

Com relação ao questionamento “Rede de Fornecedores Socialmente Responsáveis/Sustentáveis” e as matérias-primas que comercializam. Os entrevistados responderam que são obrigados pela ADEMA e pelo IBAMA a manter parcerias com fornecedores Socialmente Responsáveis/Sustentáveis em suas transações comerciais.

Os entrevistados enfatizaram ainda que a matéria-prima utilizada na produção dos blocos e lajotas são: a lenha para queima, o barro e o selão.

O entrevistado 3 esclareceu que: “Se você não comprar, por exemplo: a madeira certificada e reflorestada, ou extrair jazidas de minérios sem licenças, é aplicada multa. Então, tem que extrair madeira e minérios com certificações emitidas pelos órgãos ambientais”.

De acordo com o seguinte questionamento “A empresa desenvolve algum tipo de relatório ou documento na qual divulga as ações de responsabilidade socioambiental?”.

Os entrevistados responderam que a empresa Higino não possui relatório ou documento no qual é divulgado as ações de responsabilidade socioambiental.

Conforme documentos de “Renovação de Licença de Operação” nº 29/2012 e nº 495/2013 emitidos pela ADEMA e cedidos pela Higino, a empresa apenas emite relatórios técnicos sobre o encerramento da lavra (argila) e extração de minérios, ou seja, trata-se de um relatório técnico de recuperação das áreas degradadas após a conclusão de atividades.

Além disso, há relatórios sobre o sistema de emissões de particulados de fumaças oriundos da chaminé, da instalação do sistema de controle de poluentes atmosféricos e do lavador de gases. Estes relatórios demonstram que a empresa se preocupa com as questões ambientais e segue os padrões estabelecidos pelos órgãos de monitoramento e controle ambiental.

Categoria 6 – Resíduos e Processo Produtivo

Nesta categoria, os entrevistados esclareceram que o processo produtivo na empresa Higino compreende 10 etapas: Extração da matéria-prima, O processo de extração da Cerâmica Higino Ltda. é feito por terceiros. A argila comprada é extraída de áreas vizinhas. As últimas licenças de operação do ano de 2012 constam que a extração foi feita no município de Macambira e Moita Bonita, SE. O processo de extração é feito por meio de retroescavadeiras e transportada por caçambas e a lenha de reflorestamento é extraída do Estado da Bahia. Em seguida, preparação da massa cerâmica, Caixão Alimentador, Laminador, Desintegrador, Extrusora ou Maromba, Cortador, Secagem, Queima, Estocagem e Expedição.

Sobre as medidas utilizadas para descartar os resíduos provenientes das emissões de fumaça expelidos pelas chaminés ocasionados pela queima da lenha, fonte de energia utilizada na fabricação dos produtos da cerâmica.

Os entrevistados responderam sobre o questionamento acima que: As principais medidas para descartar os resíduos ocasionados pela fumaça são: os filtros de carbono implantados nas chaminés que transformam a fumaça em vapor d'água. Estes controlam os gases poluentes por meio dos lavadores de gases ao trazer as correntes de água limpa. Esta água é armazenada e reutilizada.

De acordo com o documento Renovação de Licença de Operação nº 495/2013 cedido pela empresa Higino a Adema (Administração Estadual do meio Ambiente), órgão da Secretaria de Estado do meio-ambiente e dos recursos hídricos do Estado de Sergipe recomenda que:

O sistema de tratamento das emissões atmosféricas implantado deverá ser operado observando os seguintes procedimentos: Manter a relação quantidade de água vazão de gases conforme especificação em projeto; Queima uniforme no forno; Manutenção nas bicas de injeção de água, evitando entupimentos e desgaste; Limpeza constante no pré-filtro com trocas periódicas das britas, evitando que a água fique saturada; Limpeza periódica do filtro com troca do leito filtrante (RENOVAÇÃO DE LICENÇA DE OPERAÇÃO Nº 495/2013, p.2).

5 CONCLUSÃO

Verificou-se que as duas empresas, em geral, têm a preocupação com práticas de responsabilidade socioambiental e consideram que adotá-las é importante para elevar sua imagem institucional. Dentre as práticas comuns apontadas pelas empresas foram: comprar madeira certificada e reflorestada e utilizar filtros para controle da emissão de gases.

Porém, em ambas as empresas não há o desenvolvimento de projetos socialmente responsáveis. O que demonstra apenas compromisso com as questões ambientais e legais “[...] A gente pensa no meio ambiente, em cumprir as metas que eles dão” (E2).

Isso demonstra que é preciso que as empresas estudadas tenham uma conduta forte e relevante sobre as causas sociais e ambientais.

Kraemer (2005, p. 5) menciona que o Parecer de Iniciativa sobre a Responsabilidade Social (2003) sugere que: “a responsabilidade social é a integração voluntária pelas empresas das preocupações sociais e ambientais nas suas atividades comerciais e nas suas relações com todas as partes”.

Dessa forma, não devem pensar somente em cumprir com as exigências legais com o meio-ambiente, mas também precisam se preocupar em desenvolver projetos comunitários para que a questão social não fique restrita a algumas ações de doação e filantropia.

Além disso, foi possível constatar também que não há avaliações documentadas ou ações socioambientais realizadas pelas cerâmicas Batula e Higino do município de Itabaiana, SE.

Observou-se que as empresas não possuem relatórios documentados, e apresentam uma conduta fraca de responsabilidade socioambiental. Portanto, a gestão não ultrapassa os limites impostos pelas leis estabelecidas pelos órgãos ambientais.

Assim, apesar da adequação às leis ambientais para o funcionamento das cerâmicas, na exploração dos recursos naturais, para o empreendimento funcionar sem causar problemas à população em seu entorno, a atividade ceramista não ultrapassa as normas de controle e monitoramento ambiental.

Dessa forma, percebe-se que as empresas que compõem esta pesquisa precisam realizar ações além do que está exposto na lei, investirem mais em ações socioambientais, desenvolvendo assim a sustentabilidade empresarial.

Barbieri & Cajazeira (2009) recomendam, na Agenda 21, a gestão socioambiental como uma das mais altas prioridades e fator determinante do desenvolvimento sustentável. Contudo, um dos principais desafios da gestão ceramista é ultrapassar as barreiras que elevam somente áreas básicas do conceito socioambiental e pensar em ações concretas de apoio ao tripé da sustentabilidade -ambiental, social e econômica.

Assim, observa-se que as empresas precisam pensar não só nos direitos trabalhistas, mas também nas políticas de gestão que apóiem e engajem o desenvolvimento sustentável em sua total amplitude do ponto de vista ético, da introdução de novas tecnologias ambientalmente corretas, como também nas estratégias que sustentem a eficiência e a eficácia da organização.

As empresas investigadas têm a preocupação em manter uma rede de fornecedores de matérias-primas certificadas e licenciadas, tanto para a extração de argila, como também para compra de madeira reflorestada e ambientalmente correta. No entanto, deixaram claro que cumprem porque a legislação determina, e têm medo das punições e das multas aplicadas as cerâmicas que não cumprem as leis dos órgãos ambientais.

Assim, apesar do processo produtivo ser pautado em práticas sustentáveis, pois procuram produzir sem causar danos ao meio ambiente, as ações de responsabilidade socioambiental que a Cerâmica Batula e a Higino realizam se restringe as áreas básicas do conceito como: respeito às leis trabalhistas e as boas condições de trabalho nas cerâmicas (como o uso de uniformes, de EPI's), a reintrodução dos rejeitos (cacos de blocos quebrados) no processo produtivo, doação de peças defeituosas para aterros e a utilização dos filtros para o controle da fumaça dos fornos.

Tendo em vista os mecanismos de gestão para reduzir os impactos e agressões ao meio-ambiente, as principais estratégias adotadas pelas empresas pesquisadas foram: utilização dos filtros nas chaminés compra de lenha de reflorestamento e de argila licenciada. Sendo necessário um desenvolvimento em demais áreas que garantam a efetividade do desenvolvimento do conceito de responsabilidade socioambiental, como, por exemplo, a implantação de um sistema de gestão ambiental nas empresas, a introdução de selos de certificação ambiental e projetos e programas sociais que atendam à comunidade e promovam o desenvolvimento social.

Por esse viés, este estudo traz como contribuição ampliar a visão das empresas contemporâneas na busca pela responsabilidade socioambiental e de uma produção mais limpa e eficiente em termos ambientais, como também o desenvolvimento de práticas que favoreçam as questões sociais e a sustentabilidade, em especial no segmento de cerâmica vermelha.

Compreende-se que duas empresas é um número restrito para compreender a dinâmica referente à responsabilidade social do setor de cerâmica vermelha no município de Itabaiana/SE. No entanto, destaca-se que este foi um estudo exploratório, no sentido de iniciar as investigações acerca do tema e do objeto de estudo mencionado. Diante disso, a proposta inicial é revelar o que estas empresas fazem - ou deixam de fazer - com relação às práticas sustentáveis. Infelizmente, não se conseguiu acesso às outras empresas do mesmo ramo que foram contatadas. Apesar disso, acredita-se que o estudo realizado com duas é um pontapé inicial para se ter uma noção de como estas empresas se posicionam em relação à responsabilidade social.

Para tanto, sugere-se que trabalhos futuros sejam realizados como continuidade desta pesquisa que não se esgota aqui. Sendo assim, o tema responsabilidade socioambiental, apesar de recente, apresenta uma infinidade de novos trabalhos de pesquisa, sendo esta apenas uma amostra de tantos outros trabalhos acadêmicos que estão por vir.

As limitações desta pesquisa devem ser reconhecidas. Dessa forma, apresenta-se como limitação a quantidade de entrevistados participantes - apenas dois entrevistados de cada empresa estudada, somando um total de quatro participantes. Os depoimentos coletados na empresa Higino, por exemplo, ficaram limitados à visão de somente dois sócios, sem considerar a opinião dos demais gestores, apesar de ser uma empresa pequena e familiar que possui 6 (seis) sócios.

REFERÊNCIAS

ALVES, José Ermani; MANÃS Vico Antônio. **A Vantagem Competitiva por meio da Responsabilidade Socioambiental em Indústrias do Setor de Eletroeletrônicos**. VI CONVIBRA – Congresso Virtual Brasileiro de Administração. 2009. Disponível em: http://www.convibra.org/2009/artigos/133_0.pdf. Acesso em: 24 out.2014.

APL-SE. **Núcleo Estadual dos Arranjos Produtivos Locais**. Disponível em: <http://www.neapl.sedetec.se.gov.br/modules/tinyd0/index.php?id=7>. Acesso em 01 Jun. 2015.

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade social e empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva 2009.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Ltda., 1977.

BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. **Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências**. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/16938.htm. Acesso em: 12 maio 2015.

CARTILHA AMBIENTAL-Cerâmica Vermelha. Disponível em: anicer.com.br/Cartilha_Ambiental_Ceramica_Vermelha_%202014.pdf. Acesso em: 27 mar. 2015.

CONAMA. Conselho Nacional do Meio Ambiente. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res97/res23797.html>. Acesso em: 27 Dez. 2014.

CRUZ, Breno de Paula Andrade. **Ensinando Responsabilidade Social para Administradores: Um Enfoque Gerencial Contextualizado às Características Brasileiras**. In IV Encontro de Estudos em Estratégias, Recife, PE 21-23 jun. 2009.

DONAIRE, D. Considerações sobre a influência da variável ambiental na empresa. **Revista de Administração de Empresas**, 34(2), 68-77, 1994.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em: <http://ethos.org.br>. Acesso em: 28 nov. 2011.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social. **Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas-Passo a Passo**. 2013. Disponível em: www.ethos.org.br. Acesso em: 15 nov. 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo:Atlas,2010.

HERMANSON, Boris. Disponível em: www.mundosebrae.wordpress.com/2009. Acesso em: 21 nov. 2011.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Gestão ambiental: um enfoque no desenvolvimento sustentável**. 2004. Disponível em: www.ambientebrasil.com.br/gestao/des_sustentavel.doc. Acesso em: 15 set.2014.

_____. **Responsabilidade Social – uma alavanca para sustentabilidade**, 2005. Disponível em: www.gestipolis.com/canales5/fin/resocial.htm. Acesso em: 10 mar. 2015.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina, de Andrade. **Fundamentos e metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2008.

LOURENÇO, A. G. *et al.* **Ganhos e perdas relacionados ao comportamento social das empresas**. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Curitiba-PR, 2002. Disponível em: <http://biblioteca.gpi.ufrj.br/jspui/handle/1/41>. Acesso em: 15 nov. 2011.

MAIMON, D. Eco-estratégia nas empresas brasileiras: realidade ou discurso? **Revista de Administração de Empresas**, 34(4), 119-130, 1994.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MOZZATO, Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI, Denize. **Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração**: Potencial e Desafios. RAC, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, Jul./Ago. 2011. Disponível em <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 10 nov.2014.

RAMPAZZO, Sônia Elisete; CORRÊA Mota Zanin Fernanda. **Desmitificando a metodologia científica**: guia prático de produção de trabalhos acadêmicos. Erechim, RS: Habilis,2008.

SAVITZ, Andrew W.; WEBER, Karl. **A empresa sustentável**: o verdadeiro sucesso é lucro com responsabilidade social e ambiental. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SCANDELARI, Vanessa do Rocio Nahhas; CUNHA, João Carlos da. Ambidestralidade e desempenho socioambiental de empresas do setor eletroeletrônico. **Revista RAE**, São Paulo, v. 53, n2, p.183-198, mar /abr.2013.

SERGIPE. Governo de Sergipe. Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos-SEMARH. Administração Estadual do Meio Ambiente-ADEMA. **Renovação Licença de Operação nº 495/2013.3p.**

SERGIPE. Governo de Sergipe. Administração do Meio Ambiente-ADEMA. **Renovação da Licença de Operação nº29/2012.**

TRENNEPOHL, Cut. **Infrações contra o meio ambiente: multas, sanções e processo administrativo: comentários ao Decreto nº 6.514, de 22 de julho de 2008.2.ed;** Belo Horizonte: Fórum,2009.

VERGARA Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

WISNIEWSKI, Marina Luiza Gaspar; BOLLMANN, Harry Albert. A responsabilidade socioambiental no contexto das relações entre mercado, estado e sociedade: Contribuições da constituição brasileira de 1988. **Revista REDES**, Santa Cruz do Sul, v. 17, n. 1, p. 115 – 140 jan./abr. 2012.

