dos à infância nem sempre existiram da forma como hoje são concebidas e difundidas, tendo sido modificadas a partir de mudanças econômicas e políticas da estrutura social. Percebe-se essas transformações em pinturas, diários de família, testamentos, igrejas e túmulos, o que demonstram que a família e escola nem sempre existiram da mesma forma.

A concepção de infância configura-se como um aspecto importante que aparece e que torna possível uma visão mais ampla, pois a idéia de infância não está unicamente ligada à faixa etária, a cronologia, a uma etapa psicológica ou ainda há um tempo linear, mas sim a uma ocorrência e a uma história.Neste sentido considerar a criança hoje como sujeito de direitos é o marco principal de toda mudança legal conquistada ao longo do tempo, porém antes dessa mudança podemos perceber que muitas coisas aconteceram, muitas lutas e desafios foram travadas no decorrer da história para que se chegasse a concepção atual,a criança deve brincar e expor seus sentimentos e prazeres através de brincadeiras livres onde ela mesma possa se conduzir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Psicomotricidade é uma relação entre pensamento e a ação, e envolve, também, as emoções. Os educadores ,pais e crianças se relacionam e assim tem a finalidade de assegurar o desenvolvimento funcional da criança , tendo em conta as possibilidades da criança, e ajudar sua afetividade a se expandir e equilibrar-se, através do intercâmbio com o ambiente humano . São realizadas atividades motoras e emocionais a fim de estabelecer habilidades de desenvolvimento.

É brincando que a criança se descobre e consegue se expressar de maneira livre e saudável. A criança tem uma mentalidade semelhante à do artista, pois ambos ingressam facilmente no universo do faz de conta, aplicando o dom de fantasiar a tudo e fingindo que algo é, na verdade, alguma coisa bem diferente,ela inventa ,ela constrói ela faz e desfaz. A brincadeira pode ser representada por meio de várias formas,uma delas é simplesmente deixar a criança expor seus movimentos.

O brincar faz parte do ser criança, e isso é fantástico, pois tem expressivo efeito por si só, o brincar, além de auxiliar no desenvolvimento infantil, nas esferas emocional, intelectiva, social e física, demonstrando a sua fundamental importância neste período riquíssimo do ser humano, ou seja, a sua própria estruturação, a base construtiva do que tenderemos a chegar ao desencadear de nossas vidas, dandonos o assegura mento necessário para progressão natural do ciclo humano.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Sidirley de Jesus. Psicomotricidade, educação e reeducação. 2.ed. Blumenau: Livraria Acadêmica, 2000.

CRAIDY, Carmen; KAERCHER, Gládis Elise P. da Silva (org.). Educação Infantil Pra que te quero? Porto Alegre: Artmed Editora, 2001.

KYRILLOS, Michel Habib M.; SANCHES, Tereza Leite. Fantasia e criatividade no espaço lúdico: educação física e psicomotricidade. In: ALVES, Fátima. Como aplicar a psicomotricidade: uma atividade multidisciplinar com amor e união. Rio de Janeiro: Wak, 2004. p.153-175.

LUCKESI, Cipriano Carlos. Educação, ludicidade e prevenção das neuroses futuras: uma proposta pedagógica a partir da Biossíntese. In: LUCKESI, Cipriano Carlos (org.) Ludopedagogia - Ensaios 1: Educação e Ludicidade. Salvador: Gepel, 2000.

MENDONÇA, Raquel Marins de. Criando o ambiente da criança: a psicomotricidade na educação infantil. In: ALVES, Fátima. Como aplicar a psicomotricidade: uma atividade multidisciplinar com amor e união. Rio de Janeiro: Wak, 2004. p.19-34.

NEGRINI, Airton. Educação Pscicomotora. São Paulo: Ebrasa, 2003.

OLIVEIRA, Gisele de Campos. Psicomotricidade: educação e reeducação num enfoque psicopedagógico. 4.ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 2000.

PAÍN,Sara. Diagnóstico e Tratamento dos Problemas de Aprendizagem. Porto Alegre: Artes Médicas, 1985.

SISTO, Firmino Fernandes. Atuação psicopedagógica e aprendizagem escolar. Petrópolis/RJ: Vozes, 1996.

VELASCO, Cassilda Gonçalves. Brincar: O Despertar Pscicomotor. Rio de Janeiro: Sprint,1996.

WALLON, H. A evolução psicológica da criança. Lisboa: Edições 70, 1968.

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO PILAR DA GESTÃO AMBIENTAL: ANÁLISE DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA EMPRESA NATURA

MARIA REGINA DE SOUZA

RESUMO:

As polêmicas e discussões relacio-

nadas à sustentabilidade têm despertado na sociedade preocupações com impactos gerados por empresas. Como estratégia de negócios as empresas cumprem com a prática de responsabilidade socioambiental de forma ética e transparente. A Natura, como pioneira na divulgação de relatórios de sustentabilidade, divulga seus dados anualmente seguindo as diretrizes da GRI (Global Reporting Initiative). Este trabalho tem como objetivo verificar o desempenho desta empresa para o desenvolvimento sustentável. As metodologias utilizadas são a de pesquisa descritiva e bibliográfica. Com os resultados nota-se o comprometimento da empresa com melhorias diante de suas atividades que influenciam o meio ambiente, a sociedade a economia, como o comprometimento de sustentabilidade até 2050.

Palavras-chave: Responsabilidade socioambiental empresarial. Desenvolvimento sustentável. Natura. GRI.

ABSTRACT:

Controversies and discussions related to sustainability have aroused in society concerns about impacts generated by companies. As a business strategy, companies comply with the practice of socio-environmental responsibility in an ethical and transparent manner. Natura, as a pioneer in the dissemination of sustainability reports, discloses its data annually following the guidelines of the GRI (Global Reporting Initiative). This work aims to verify the performance of this company for sustainable development. The methodologies used are descriptive and bibliographic research. The results show the company's commitment to improvements in its activities that influence the environment, society and the economy, such as the commitment to sustainability by 2050.

Keywords: Corporate socio-environmental responsibility. Sustainable development. nature. GRI.

INTRODUÇÃO

Hoje em dia existem muitas discussões em relação às questões ambientais e das possíveis soluções diante dos problemas causados pelas atividades humanas. Estas discussões estão repercutindo e atingindo a sociedade como um todo. Grande parte destes conhecimentos são originados através de palestras, seminários e congressos (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2000).

Neste caso, a sociedade está cada vez mais capacitada em identificar os problemas causados e conferir a importância para enfrentá-los. Pressionadas, para o desenvolvimento sustentável, as empresas necessitam reforçar sua responsabilidade socioambiental de maneira ética e transparente aos stakeholders, que são identificados como clientes, funcionários e fornecedores.

Este reforço se dá através da publicação de relatórios de sustentabilidade que informam sobres os resultados (indicadores) referentes as suas atividades, de acordo com as diretrizes da GRI. Com tendência ao marketing 'verde' e uma visão minimizadora dos danos causados ao meio, empresas utilizam os relatórios para informar aos stakeholders o seu desempenho ambiental, social e econômico, isto é, aperfeiçoar suas ações em prol da preservação ambiental (HELOU, 2015).

Fundada em 1969, a Natura é uma multinacional brasileira que atua na área de cosméticos, higiene e beleza, e está entre as empresas que desenvolvem produtos mais sustentáveis. Compromissada com o desenvolvimento sustentável possui um objetivo de gerar impactos só positivos, sejam eles financeiros, sociais, culturais e ambientais (NATURA, 2016).

Para alcançar o objetivo deste trabalho, o mesmo será organizado em segmentos. O primeiro abordará um referencial teórico sobre resolução dos problemas socioambientais através da Educação Ambiental (EA) e o comprometimento das empresas à sustentabilidade, assim fundamentando o tema central que originou o trabalho. Na sequência, a metodologia utilizada para o alcance do objetivo proposto. O terceiro segmento apresentará a análise dos principais resultados, e por último, as considerações finais do trabalho.

Trata-se de uma pesquisa do tipo descritiva, exploratória com revisão de literatura e abordagem qualitativa, com o intuito de analisar as práticas sustentáveis da empresa Natura. Quanto ao procedimento esta pesquisa é documental, pois analisa as informações pelo relatório de sustentabilidade da empresa publicadas em 2016.

Como fonte de coleta de dados, para resultados e discussões, foram utilizados artigos científicos, periódicos, documentos e o relatório de sustentabilidade para verificação dos desempenhos disponibilizados pela Natura.

Com visão integrada sobre seus desempenhos e metas traçadas para a sustentabilidade em 2050 a Natura, uma empresa multinacional brasileira – com negócios em diferentes países como Argentina, Chile, Colômbia, Estados Unidos, França – atua na área de cosméticos, higiene e beleza e é comprometida com o desenvolvimento de produtos mais sustentáveis e que consequentemente mitiguem os impactos causados por eles, ou seja, que incentivem modelos de produção e consumo (NATURA, 2016).

DESENVOLVIMENTO

Resolução dos problemas socioambientais por meio da Educação Ambiental

Sabe-se que em pouco tempo a urbanização tomou conta das cidades, e sem o devido planejamento começou a apresentar diversos impactos que arretaram na má qualidade de vida da população. Estes problemas só retratam um

modelo de sociedade atual que produz de maneira descontrolada e desproporcional em relação ao que a natureza oferece e não desenvolve soluções para lidar com às questões socioambientais. Dentre estas questões estão o crescimento econômico e demográfico; desigualdades que refletem em exclusão social; destruição de ecossistemas e entre outros (BUCK E MARIN, 2005).

No entanto, a população está produzindo um crescente interesse aos problemas entre o homem e a natureza, e tomando consciência de que os recursos naturais são finitos. Por conseguinte, sofrendo a sensibilização e buscando por alternativas mais sustentáveis, ou seja, que causem o mínimo de impactos possíveis (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2000). Para a conquista do desenvolvimento sustentável, confiando a preservação dos recursos para as futuras gerações, se faz necessário um planejamento desses recursos que dependem da existência do homem e da biodiversidade, mas também do crescimento econômico (WWF, 2017). Isto demonstra que é indispensável a existência da relação do homem com a natureza para a construção da percepção da realidade, construída através da EA. Como apoio, devido as potenciais atividades degradadoras do meio, a EA é uma prática social que argumenta com os envolvidos para que aprendam a pensar e agir individual e coletivamente em relação às questões socioambientais, isto é, compreender que estão inseridos no meio e que devem respeitá-lo, e transformar-se em indivíduos que lutem por uma sociedade sustentável, justa e equitativa (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2017).

Levando em conta todos estes aspectos, é fundamental a implementação de projetos e atividades de EA nas empresas, pois isto possibilita mais acesso às informações e paralelamente maior capacitação para confrontos dos problemas ambientais e suas interfaces.

O comprometimento das empresas à sustentabilidade

As mudanças nas empresas, advindas da pressão exercida pela sociedade, para atuações socialmente responsáveis são nítidas. Neste contexto, as empresas sentem-se desafiadas em apresentar um modelo de desenvolvimento sustentável, que beneficie a sociedade e o meio ambiente e ao mesmo tempo promova a sustentabilidade de seus negócios (TEIXEIRA, 2004).

Sob tal enfoque, como estratégia de negócios – marketing 'verde' – as empresas colocam em prática a responsabilidade socioambiental, um compromisso estratégico em relação aos impactos causados por suas atividades, e não filantrópico (TEXEIRA, 2004).

Este compromisso é selado através de publicações anuais de relatórios de sustentabilidade, que informam sobres os resultados referentes as suas atividades, ou seja, seu padrão de desempenho ambiental, social e econômico. Para um equilíbrio entre estes desempenhos e um sucesso a longo prazo, é necessário o triple botton line (COTRIM et al., 2006). Muitas das vezes as empresas esquecem que são pequena parte da sociedade, e assim como ela, devem 'prestar contas' sobre a utilização de seus recursos

Percursora dos relatórios de sustentabilidade está a GRI, uma organização internacional, que auxilia as empresas no entendimento e na comunicação a respeito da sustentabilidade, fornecendo capacidade de decisões benéficas às questões socioambientais (GLOBAL REPORTING, 2017). Para a elaboração destes relatórios a GRI definiu diretrizes, objetivos e princípios para sua confecção voluntária, sendo considerado o modelo mais publicado e confiável mundialmente (HELOU, 2015).

Porém, muitas dessas publicações, como mencionado acima, têm o intuito de somente gerar uma reputação positiva a marca, com perspectiva para a sustentabilidade e responsabilidade ambiental, do que realmente fornecer informações necessárias com ética e transparência (HELOU, 2015). Entretanto, algumas empresas realizam propaganda enganosa 'verde', e para isto uma medida foi tomada o greenwashing evitando que informações ardilosas sobre seus produtos e práticas sustentáveis sejam veiculadas (AKATU, 2011). Já outras conferem o título de empresa responsável, que somente oferecem produtos que respeitam o meio ambiente.

Segundo o Global Reporting (2017), o relatório oferece muitos benefícios para a empresa, eles podem ser internos ou externos. Entre alguns internos estão racionalização de processos, redução de custos e melhoria de eficiência; e compreensão dos riscos e oportunidades; já os benefícios externos temos a mitigação ou reversão dos impactos negativos; melhor reputação e fidelidade à marca; e conhecimentos sobre a organização.

É notório que a postura e as iniciativas das empresas em relação à natureza originam resultados positivos para ela própria, mas principalmente para a sociedade, que sofre influências em suas condutas alterando seus padrões de consumo (ETHOS, 2017).

Análise e reflexões acerca do relatório de sustentabilidade da Natura

A intenção deste trabalho não é verificar a autenticidade das informações do relatório de sustentabilidade divulgado pela empresa Natura, e sim uma análise das ações realizadas em prol do desenvolvimento sustentável local e global. Este relatório oferece aos stakeholders, mais confiança diante das políticas, práticas e ações da empresa, que consequentemente atrai muitos negócios.

Como já mencionado, a empresa visa uma relação de 'bem estar bem' que indica uma relação harmônica entre sociedade, empresa e meio ambiente com o intuito do desenvolvimento sustentável. Nota-se esta preocupação com o

desafio de Visão de Sustentabilidade 2050, lançado em 2014. Neste desafio, a empresa compara suas ambições para o ano de 2020 e o desempenho do ano de 2016. Por ser pioneira por igualar seus valores econômicos aos socioambientais, com sua transparência e ética, desenvolve ações relevantes desde sociais, econômicas e ambientais (NATURA, 2016).

Para o desenvolvimento social em 2016, a Natura apresenta diversas ações, dentre elas está a relação com seus fornecedores, as cadeias produtivas sustentáveis. Nesta relação, as comunidades, vínculo com mais de 33 e 75% localizadas na Amazônia, provem matéria prima para o desenvolvimento dos produtos. Além do retorno econômico para as comunidades, que gera outras parcerias, há um investimento como a repartição de benefícios, apoio à infraestrutura, capacitação e pagamento pelo uso da imagem que se transformam em impactos positivos a população local (NATURA, 2016).

De acordo com Ethos (2003) é nítido o reconhecimento pelas comunidades tradicionais que conseguem manejar o meio ambiente sem que cause danos, porém a demanda por insumos é comercializada de maneira informal. Por atravessadores, as negociações muitas das vezes não oferecem o valor adequado de remuneração e assim não se torna benéfico social e economicamente. Com isto, a população deve estar atenta para estabelecer junto a empresa um preço justo e adequado para a matéria prima fornecida. Todos esses aspectos ofertarão impactos positivos a população, mas se faz necessário uma mobilização e participação da mesma para avaliações das ações implantadas que visem o desenvolvimento dos entornos da Natura (NATURA, 2016).

A empresa não só traz benefícios para aqueles que fornecem insumos, mas também aos revendedores de produtos, cerca de 1,8 milhão. As consultoras, assim chamadas, sofrem uma transformação pessoal e profissional, pois aprimorarão a aprendizagem com a disponibilidade de cursos, e assim vemos os resultados da educação fazendo a diferença (NATURA, 2016).

Em seu relatório, a Natura apresenta diversos meios de compensar os impactos negativos causados ao meio ambiente. O primeiro meio é o Programa Carbono Neutro que tem por objetivo a quantificação, diminuição e compensação dos impactos causados pela emissão de gases do efeito estufa, desde a extração de matéria prima até pós consumo, que vem acarretando mudanças climáticas (NATURA, 2016). A tabela 1 a seguir mostra o desempenho de 2014 a 2016.

Tabela 1 – Emissão de CO2



Fonte: Adaptada de Natura (2016, p.62)

Podemos citar algumas ações para a redução das emissões como o uso de refis, reciclagem pós consumo, redução e melhor performance do transporte, redução de energia elétrica, e entre outros. E a plantação de óleo de palma para o sequestro de carbono e uso eficiente em seus produtos (NATURA, 2016).

Conforme a FGV (2017) a Natura é uma empresa participante do registro público de emissões que faz parte do Programa Brasileiro GHG Protocol, com um dos principais objetivos promover de sua iniciativa voluntário diante dos stakeholders. Este programa funciona como uma ferramenta para a empresa, para o entendimento, a quantificação e a gerenciamento dos gases poluentes emitidos, como citado na tabela 1 (FGV, 2017).

Não há como evitar 100% das emissões, e com o desafio de redução de 33% até 2020, a Natura compra créditos de carbono voluntariamente de outras organizações que viabilizam projetos com práticas sustentáveis (NATURA, 2016).

Com esta 'ferramenta' há uma eficiência na reparação do meio ambiente e desenvolvimento sustentável, fazendo com que melhore o fluxo e mercado financeiro.

Outro ponto ambiental de extrema importância é a gestão de água e de resíduos. Segundo o relatório de sustentabilidade, a empresa está em busca de minimizar sua pegada hídrica, porém alega que o maior consumo de água está no banho dos consumidores, porém compartilha desta responsabilidade por seu uma empresa atuante na área de cosméticos, higiene e beleza. Além da responsabilidade compartilhada, o aumento de quantidade de água na produção, devido a da crise econômica, é resultado da redução da produção no período de 2016, como podemos comparar na tabela 2.

Tabela 2 – Consumo de água

Consumo de água (l/uni produzida)	2014	2015	2016
	0,45	0,49	0,53

Fonte: Adaptada de Natura (2016, p.65)

O alto consumo de água pelos usuários de seus produtos deixa a empresa 'de mãos atadas', a única forma para evitar este tipo de desperdício é por meio da conscientização, atitudes trabalhadas na EA.

Já a gestão dos resíduos originados apresenta soluções e resultados mais efetivos. Para diminuição dos impactos, matéria prima de origem vegetal nas formulações dos produtos e embalagens mais ecoeficientes , que podem ser recicladas pós-consumo, são utilizadas. Como já citado, o uso de embalagens recicladas contribui para uma menor porcentagem de gases poluentes emitidos. Além disto, contribui para a rede de prestadores de cadeia de reciclados. (NATURA, 2016).

Para os consumidores, a Natura oferece a chamada logística reversa, um destino final adequado para as embalagens. Este destino foi proposto pela PNRS que visa enfrentar os problemas ambientais decorrentes do manejo inadequado dos resíduos sólidos gerados (MMA, 2017).

Com estes aspectos, e outros citados no relatório de sustentabilidade, notamos o comprometimento com da empresa a biodiversidade, e o não uso de animais para testes. Abaixo segue uma tabela de investimentos de proteção ambiental realizada pela empresa.

Tabela 3 – Investimentos de proteção ambiental



Fonte: Adaptada de Natura (2016, p. 149)

Como visto, esta contabilidade ambiental é uma forma de amenizar os problemas ambientais. A junção das informações com um sistema de gestão ambiental adequado é eficaz para resultados positivos economicamente e sustentáveis nas empresas (AMARAL et al., 2012).

Além disso, nesta perspectiva compreende-se a necessidade de as empresas elaborarem projetos de EA, pois isto possibilita mais acesso às informações e consequentemente maior capacitação para as comunidades e consumidores confrontarem os problemas ambientais. De acordo com o MMA (2005), juntamente com a EA, a educomunicação procura transmitir informações para os indivíduos sobre a sociedade em que estão inseridos, em busca da sustentabilidade e consequentemente a promoção de um compromisso em relação ao ambiente/ sociedade.

Dentre algumas ações socioambientais está o 'Programa Amazônia', que impulsiona ao um novo modelo de sociedade sustentável com o objetivo de manter a floresta em pé ao invés de derrubada. Outro projeto a ser citado é 'Escolas de Alternância', que promovem educação de qualidade adequada voltada à realidade das florestas e práticas sustentáveis evitando o êxodo de jovens em busca de melhorias de vida (NATURA, 2016).

Para o apoio de jovens empreendedores, a Natura lançou o ' Desafio Natura Amazônica: Negócios para Floresta em Pé', em que soluções sustentáveis são apresentadas podendo transformar-se em um negócio sustentável. Também para a comunidade desenvolvido um fogão mais eficiente, que requer menos quantidade de lenha, portanto menos emissão de gases poluentes, com baixo custo e de fácil manejo (NATURA, 2016).

Todos esses aspectos citados servem, claro, para o alcance do desenvolvimento sustentável empresarial, que unido como marketing, cria uma fidelização dos stakeholders à marca, e por consequência obtendo vantagens econômicas em relação à outras organizações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fica evidente que a responsabilidade social está incorporada em todas as ações desenvolvidas pela empresa Natura. O cuidado com o meio não é apenas marketing, mas uma prática adotada por toda empresa, que é notório diante da evolução de seus desempenhos.

Toda a preocupação em atender a todas as necessidades de um 'novo consumidor', reflete em resultados positivos econômicos, sociais e ambientais, que anualmente é divulgado por meio dos relatórios de sustentabilidade, de acordo com os padrões da GRI, que fornecem credibilidade à marca. Sendo assim, as empresas compreendem que as questões ambientais são de interesse público e precisam estar em pauta, seja para viabilizar suas produções ou até mesmo para obterem respeito e admiração de seus consumidores.

No entanto, é importante continuar com as análises nos próximos anos, pois verificará seus desempenhos e a evolução, e afirmará o compromisso em melhorar em prol do desenvolvimento sustentável. O mundo necessita de empresas que atuem de forma sustentável e mostrem o interesse de progressão sem atingir o meio ambiente.

A pesquisa possibilitou atingir todos os objetivos pautados no estudo, e mais do que isto, propiciou a reflexão sobre a importância de considerar as causas ambientais em todas as ações, pois o desenvolvimento não deve estar atrelado somente ao lucro e sim a qualidade de vida da população.

REFERÊNCIAS

AKATU. Conar define normas para combater greenwashing na propaganda. 2011. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/conar-define-normas-para-combater-greenwashing-na-propaganda/>. Acesso em: 19 de setembro de 2022.

AMARAL, Brunna Ribeiro; Rodrigues, Juliana Aparecida; Vellani, Cassio Luiz. Ecoeficiência empresarial: caso Natura S.A. Libertas, São Sebastião do Paraíso, v. 2, n. 2, p. 56-69, dezembro. 2012.

BUCK, Sonia; MARIN, Andreia Aparecida. Educação pra pensar questões socioambientais e qualidade de vida. Educar, Curitiba, n. 25, p. 197-212, 2005.

COTRIM, Suzana Lee; GOUVEIA, Patrícia; LIMA, Gilson Brito Alves. Análise do modelo triple bottom line: conceito, histórico e estudo de casos. In: III Congresso Nacional