

**FACULDADES DOCTUM DE CARATINGA**

**JOÃO FELIPPE DA SILVA GRILLI  
WILKER GONÇALVES DE SOUZA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA: MINIMIZAR A POLUIÇÃO E AGREGAR  
VALOR À IMAGEM ORGANIZACIONAL**

**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**CARATINGA / MG**

**2019**

**JOÃO FELIPPE DA SILVA GRILLI  
WILKER GONÇALVES DE SOUZA**

**FACULDADES DOCTUM CARATINGA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA: MINIMIZAR A POLUIÇÃO E AGREGAR  
VALOR À IMAGEM ORGANIZACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora do curso de Administração das Faculdades Doctum de Caratinga, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração, sob a orientação do Professor Msc. Vagner Bravos Valadares.

**CARATINGA / MG**

**2019**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

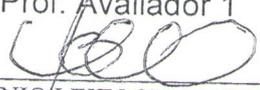
O Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: RESPONSABILIDADE SOCIAL E ÉTICA: MINIMIZAR A POLUIÇÃO E AGREGAR VALOR À IMAGEM ORGANIZACIONAL, elaborado pelo(s) aluno(s) JOÃO FELIPPE DA SILVA GRILLI WILKER GONÇALVES DE SOUZA foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceito pelo curso de ADMINISTRAÇÃO das FACULDADES DOCTUM DE CARATINGA, como requisito parcial da obtenção do título de

**BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO.**

Caratinga 10/12/2019

  
VAGNER BRAVOS VALADARES  
Prof. Orientador

  
SÍLVIA HELENA COSTA MARTINS  
Prof. Avaliador 1

  
CARLOS ANTÔNIO LEITOGUINHO BITENCOURT  
Prof. Examinador 2

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: As mais populares resinas. ....	24
Figura 2: Produção, uso e destino de todo o plástico já feito (em milhões de toneladas) .....	26
Figura 3: 3 modelos de consumo .....	31
Figura 4: 7 produtos feitos a partir do lixo reciclado .....	39
Figura 5: Tênis é feito de 17 garrafas plásticas recicladas.....	39

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Produção e reciclagem de plástico no mundo (Números em toneladas)...	18
Tabela 2: 2 modelos de consumo .....	32
Tabela 3: Indicadores do consumo consciente .....	33

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABRELPE	Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais
CNI	Confederação Nacional da Indústria
DPCS	Departamento de Desenvolvimento Produção e Consumo Sustentáveis do Brasil
EPA	Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos
ETHOS	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
FAPESP	Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
INTELIGENCIA	
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômico Aplicada
MMA	Ministério do Meio Ambiente do Brasil
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
PNMA	Política Nacional do Meio Ambiente
PNRS	Política Nacional de Resíduos Sólidos
UNCED	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
WWF	Fundo Mundial para a Natureza

## RESUMO

O tema proposto tem relação direta com o contínuo aumento da poluição através da utilização não sustentável dos recursos naturais por parte das empresas e o comportamento dos consumidores realizando o descarte pós consumo de forma irresponsável no meio ambiente. Neste cenário de poluição e degradação já é possível perceber vários tipos de ações voltadas à preservação e sustentabilidade do planeta, bem como países se alinhando nesta vertente. Em uma escala global já se encontram expressivas ações de empresas listadas em Bolsa de Valores vinculando sua imagem a adoção de uma postura preventiva e sustentável. Mediante as recentes queimadas na Amazônia amplamente divulgadas, o Brasil tem sofrido forte pressão internacional, por parte dos grandes investidores que pedem ações contra queimadas na Amazônia, e a implementação de políticas públicas contra o desmatamento em suas cadeias de fornecimento. Por tudo isso, é defendido nesta pesquisa que aliar a imagem da organização a um plano capaz de implantar uma cultura sustentável entre seus colaboradores, fornecedores e principalmente consumidores, através de ações de marketing de conscientização e incentivo à reciclagem, e o descarte correto pode-se considerar como uma solução total ou parcial para estes inúmeros problemas contra o meio ambiente.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social, Sustentabilidade, Poluição, Plástico e Meio Ambiente.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	8
CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS .....	11
1 - POLUIÇÃO E SEUS PROBLEMAS .....	15
1.1 Programa Nacional de Resíduos Sólidos Plástico e seus entraves.....	17
1.2 Setores de Produção e Impacto do Plástico .....	22
2 - CONSUMO SUSTENTÁVEL: CHOQUE DE REALIDADE.....	26
2.1 Marcos no caminho da sustentabilidade: o desenvolvimento do movimento de Responsabilidade Social no Brasil.....	26
2.2 Cultura e Mudança de Valores .....	29
2.3 Consumo Sustentável/Consciente .....	31
3 - QUANDO ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL SÃO COLOCADAS EM PRÁTICA.....	35
3.1 O reflexo positivo da imagem da organização alinhado a práticas de produção sustentável e descarte dos produtos derivados do plástico .....	38
4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	41
REFERÊNCIAS .....	43

## INTRODUÇÃO

A poluição é um malem estado avançado no mundo. Pode-se dizer que esse seria o preço mais alto para o progresso, pois, os danos são incalculáveis e muitas vezes irreparáveis. A busca incessante do desenvolvimento tecnológico, ênfase nos objetivos industriais e econômicos e a minimização da importância da conduta ecologicamente correta, nos coloca à beira da degradação iminente do meio ambiente e a extinção de várias espécies e dos recursos naturais essenciais para a nossa sobrevivência e desenvolvimento econômico social.

A importância de se pesquisar sobre o assunto tem grande relevância, pois o Brasil tem aparecido nas estatísticas como o 4º país do mundo que mais gera lixo plástico. Dados da OMS (Organização Mundial da Saúde), que ao longo da pesquisa serão mais trabalhados, apontam que a poluição mata 50 mil pessoas no território brasileiro a cada ano, e que 95% do lixo nas praias brasileiras são plástico. Nesta mesma direção foram analisados dados do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômico Aplicada) e outros apontamentos que dão relevância a questão da poluição como um todo, porém, essa pesquisa foca em como demonstrar a necessidade de fazer que os empresários do setor de plásticos se vejam como agentes ativos no processo de mudanças para a conservação e proteção ambiental.

Sendo assim o tema proposto apresenta a necessidade de um relacionamento harmonioso e ecologicamente correto entre organizações e consumidores, com o intuito de diminuir a poluição, colocando em prática ações e programas de gestão sustentável. Ato seguinte elegeu-se como objetivo de apresentar a gestão sustentável do descarte de plástico a partir da harmonia entre a Ética e Responsabilidade Social, com intuito de agregar valor à imagem da Organização.

Como objetivos específicos buscou-se: apresentar o desenvolvimento do Movimento de Responsabilidade Social no Brasil; analisar os principais conceitos sobre a Responsabilidade Social sobre o descarte dos produtos derivados do plástico; demonstrar que há uma contribuição significativa ao alinhar Ética e Responsabilidade Social na preservação do meio ambiente; e, por último o reflexo positivo da imagem da organização alinhado a práticas de produção sustentável e descarte dos produtos derivados do plástico.

Diante de tais objetivos elegeu-se como hipótese que: é possível através de estudos apresentar um caminho que seja eficiente, e ecologicamente correto que *link* a redução da poluição e harmonia entre consumidor e a organização através da produção e consumo consciente e sustentável que agregue valor de ética e responsabilidade social à imagem de empresa.

Então, para efeito de sustentação, tomou-se o texto abaixo da Organização das Nações Unidas – ONU, e da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento - UNCED como o marco teórico deste trabalho:

[...] as principais causas da deterioração ininterrupta do meio ambiente mundial são os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados. Motivo de séria preocupação, tais padrões de consumo e produção provocam o agravamento da pobreza e dos desequilíbrios. [...] Especial atenção deve ser dedicada à demanda de recursos naturais gerada pelo consumo insustentável, bem como ao uso eficiente desses recursos, coerentemente com o objetivo de reduzir ao mínimo o esgotamento desses recursos e de reduzir a poluição (UNCED, 1992, p. 1).

Agenda 21 assinada na Rio 92, em janeiro, de 1992, foi elaborada em um tempo onde a percepção sobre o assunto tratado neste trabalho ainda não caracterizava um problema para a nação, sendo muito pouco discutido. Na sua apresentação 179 países acordaram e assinaram compromissos abrangentes na tentativa de promover, um padrão de desenvolvimento sustentável (MMA, 2012).

Assim, para fim de efeito prático o presente trabalho de conclusão de curso apresenta-se estruturado como segue. Foram abordados no capítulo um, pontos que evidenciam as principais causas da poluição do meio ambiente, pós consumo, classificação, impacto do plástico e a poluição produzida pelas empresas. No capítulo dois intitulado Consumo Sustentável: Choque de Realidade apontará os principais marcos no caminho da sustentabilidade, cultura e mudança de valores, consumo sustentável e principais conceitos sobre responsabilidade social. Já no terceiro capítulo a abordagem da ética e responsabilidade social alinhados a valorização da imagem da organização e os planos de produção sustentáveis.

Então, este trabalho de conclusão de curso, metodologicamente estrutura-se pela seleção e adoção das obras que permitiram a construção de conceitos, tais como: poluição, gestão sustentável, consumo sustentável e pós consumo.

Estes se fazem necessários à pesquisa porque, segundo o estudo realizado até o presente momento, verifica-se que a poluição pode se dizer, que seja um reflexo das ações do homem em modificar o meio ambiente conforme suas necessidades e desejos. Sejam estas mudanças mediante o favorecimento de uma sociedade que por sua vez demanda o trabalho organizado.

Ainda nesse sentido se intensifica a poluição do meio mediante as produções não sustentáveis e falhas na política pública de coleta, manuseio e descarte de lixo urbano. Em relação ao plástico, de acordo com pesquisa recentemente publicada pela WWF - Fundo Mundial para a Natureza o Brasil é apontado como o 4º país do mundo que mais gera lixo plástico.

A metodologia aqui descrita foi desenvolvida mediante pesquisa bibliográfica com base em trabalhos acadêmicos, livros e revistas. Como critério de seleção adotou-se estudos que discutem o tema abordado com maior coerência aos objetivos do trabalho, auxiliando na elaboração de apresentação e análise de dados, uma vez que abordam diretamente o assunto a ser desenvolvido, com maior riqueza de detalhes e conteúdo.

## CONSIDERAÇÕES CONCEITUAIS

### SUSTENTABILIDADE

O termo desenvolvimento sustentável abriga um conjunto de paradigmas para o uso dos recursos que visam atender as necessidades humanas. Este termo foi cunhado em 1987 no *Relatório Brundtland* da Organização das Nações Unidas que estabeleceu que desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que "satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades". Ele deve considerar a sustentabilidade ambiental, econômica e sociopolítica. Dentro da questão ambiental (água, ar, solo, florestas e oceanos), ou seja, tudo que nos cerca precisa de cuidados especiais para que continue existindo. Portanto, as sustentabilidades econômica e sócio-política só têm existência se for mantida a sustentabilidade ambiental<sup>1</sup>.

### POLUIÇÃO

Poluição é uma alteração ecológica, ou seja, uma alteração na relação entre os seres vivos, provocada pelo ser humano, que prejudique, direta ou indiretamente, nossa vida ou nosso bem-estar, como danos aos recursos naturais como a água e o solo e impedimentos a atividades econômicas como a pesca e a agricultura<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>SCIELO - ScientificElectronic Library Online - **O que é Sustentabilidade?** 2010. p. 1. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-40422010000100001&script=sci\\_arttext&lng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-40422010000100001&script=sci_arttext&lng=es)>. Acesso em 07 de setembro de 2019.

<sup>2</sup>NASS, D. P. **O Conceito de Poluição**. Revista Eletrônica de Ciências. Número 13, novembro de 2002. Disponível em: Acesso em 07 de setembro de 2019.

## CONSUMIDOR

O conceito de consumidor pode ser restrito não somente pela ótica dos sujeitos da relação de consumo como, ainda, pela natureza de seu objeto. Para algumas legislações, consumidor a merecer tutela especial seria apenas o que adquirisse produtos. Outras, ao revés, incluem serviços. Umas excluem bens imobiliários, seguros e operações bancárias. Outras, não. Ademais, a destinação que se dê ao bem — para uso próprio ou para revenda — também serve de critério na identificação ou não do consumidor<sup>3</sup>.

## PÓS CONSUMO

A ausência de regulamentação quanto à responsabilidade por esse tipo de resíduo faz com que o fluxo desses produtos pós-consumo através da "Cadeia Pós Consumo" formada por diversos atores, ocorra de forma caótica, difusa e sem controle.

A carência de informações consistentes e de políticas pode agravar o quadro atual de riscos socioambientais, derivados desta cadeia<sup>4</sup>.

## MEIO AMBIENTE

Assim como não pode haver organismo sem ambiente, não pode haver ambiente sem organismo. Há uma confusão entre a assertiva correta de que existe um mundo físico externo a um organismo que continuaria a existir na ausência da espécie e a afirmação incorreta de que os ambientes existem sem as espécies. [...] Deslizamentos de gelo, depósitos de cinza vulcânica e fontes

---

<sup>3</sup>VASCONSELOS, Antônio Herman. et al., **O Conceito Jurídico de Consumidor**. 2006p 13. Disponível em:<<http://www.danielwh.com/downloads/O%20conceito%20juridico%20de%20consumidor%20-%20Herman%20Benjamin.pdf>>. Acesso em 7 de setembro de 2019.

<sup>4</sup> Rodrigues, A.C: **Impactos Socioambientais dos Resíduos de Equipamento Elétricos e Eletrônicos: Estudo da Cadeia Pós-consumo no Brasil**. Santa Bárbara D'Oeste; 2007. 303 p. (Dissertação de Mestrado) - Faculdade de Engenharia, Arquitetura e Urbanismo da UNIMEP.

de água não são ambientes. São condições físicas das quais ambientes podem ser construídos. Um ambiente é algo que envolve ou cerca, mas, para que haja envolvimento é preciso que haja algo no centro para ser envolvido (19982 apud Deus, 2007, p. 66)<sup>5</sup>.

## GESTÃO SUSTENTÁVEL

A gestão ambiental envolve a passagem do pensamento mecanicista para o sistêmico, no qual um aspecto essencial dessa mudança é que a percepção do mundo como máquina cede lugar à percepção como sistema vivo. Ou seja, a incorporação dos atributos da GSI traz, à rotina executiva, um novo estilo de gestão, por demandar uma ética preocupada com as gerações futuras, inclusive da própria sobrevivência das organizações. Assim, temas relacionados à proteção da vida e às melhorias do meio ambiente e da qualidade de vida são assuntos relevantes para o desenvolvimento sustentável<sup>6</sup>.

## CULTURA

A "ferramenta" gerencial utilizada nesse período pelos consultores organizacionais para a introdução e utilização do conceito de cultura era grupos de pessoas que se reuniram para compartilharem experiências, os chamados *T groups*, no âmbito dos quais as pessoas discutiam abertamente as suas experiências. Alguns as viram como uma forma de manipulação ideológica<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup>DEUS, E. *Antropologia e ambiente*. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Departamento de Antropologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

<sup>6</sup>TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2002. TINOCO, João E. P.; Kraemer, Maria E. P. **Contabilidade e Gestão Ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

<sup>7</sup>BARBOSA, Livia. **Cultura e Empresas- Ciências Sociais Passo a Passo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

## CONSUMO SUSTENTÁVEL

A definição de “consumo sustentável” já recebe uma redação oficial pela Comissão de Desenvolvimento Sustentável (CDS/ONU) em 1995: “Consumo sustentável é o uso de serviços e produtos que respondem às necessidades básicas de toda população e trazem a melhoria na qualidade de vida, ao mesmo tempo em que reduzem o uso dos recursos naturais e de materiais tóxicos, a produção de lixo e as emissões de poluição em todo ciclo de vida, sem comprometer as necessidades das futuras gerações.”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>AKATU (2011) – **Por um consumo consciente. Dia do Consumo Consciente foi instituído em 2009**. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/dia-do-consumo-consciente-foi-instituido-em-2009/>>. Acessado em 23 de novembro de 2019.

## 1 POLUIÇÃO E SEUS PROBLEMAS

Para muitos a poluição está ligada a eventos visíveis, como, por exemplo, a fumaça das queimadas e das chaminés das fábricas, além dos lixos na rua e rios. No entanto, a poluição do meio ambiente pode caracterizar tanto quanto visível, mais em situações que não são perceptíveis a olho nu, como o caso dos gases e de micropartículas, o ruído e o calor, que são intangíveis. (SANTOS, 2017)

Conforme SANTOS, 2017, no livro *Poluição do Meio Ambiente* descreve a origem da palavra poluição, sendo do termo em latim “*polluere*”.

Em termos de significado metafórico, a palavra *polluere* está ligada principalmente a valores morais – manchar a fama ou profanar o sagrado, violar leis. Além da conotação moral, existe uma conotação física deste termo, que significa sujar, manchar, alterar negativamente o meio ambiente. (SANTOS, 2017, p. 5)

Marco Aurélio dos Santos resume em geral como impacto ambiental “toda alteração ocorrida no meio ambiente que cause desequilíbrio e prejudique as atividades humanas e a biota pode ser considerada um impacto ambiental.” (SANTOS, 2017)

Para evitar este possível Impacto Ambiental e ainda traçar condições favoráveis ao desenvolvimento socioeconômico e outras questões mais, no Brasil, a Lei nº 6.938/1981, Lei da Política Nacional do Meio Ambiente, art. 2º, “tem por objetivo a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida”. E, o art. 3º, inciso III, define poluição como:

(...) a degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que direta ou indiretamente: a) prejudiquem a saúde, a segurança e o bem-estar da população; b) criem condições adversas às atividades sociais e econômicas; c) afetem desfavoravelmente a biota; d) afetem as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente; e) lancem matérias ou energia em desacordo com os padrões ambientais estabelecidos;” (PNMA, LEI Nº 6.938/1981, p. 1)

Neste mesmo art. sendo definido como os recursos ambientais como “a atmosfera, as águas interiores, superficiais e subterrâneas, os estuários, o mar territorial, o solo, o subsolo, os elementos da biosfera, a fauna e a flora”

A poluição é basicamente dividida em seis categorias, e segundo Santos (2017) são elas:

Poluição do ar: matéria ou energia presente na atmosfera, tais como fumaça e material particulado de indústrias e fábricas, gases de combustão de combustíveis fósseis, como carvão e petróleo, radiação ionizante de usinas nucleares, resíduos nucleares (lixo atômico e de testes nucleares), queima de lixo e gases dos escapamentos dos veículos; (SANTOS, 2017, p.1)

Poluição das águas: matéria ou energia presente nos esgotos domésticos, agropecuários e industriais, principalmente constituídos por compostos orgânicos, tais como matéria orgânica, hidrocarbonetos e compostos químicos inorgânicos, presentes em detergentes, sabões, solventes, metais pesados que não se degradam facilmente e produtos químicos utilizados na agricultura, como os defensivos agrícolas, fertilizantes e calor; (SANTOS, 2017, p.1)

Santos (2017) descreve a poluição das águas em seu primeiro ponto esgotos domésticos os quais, vamos ver a seguir, compõem-se por uma grande parte de plástico e resíduos derivados do plástico. Já a Poluição do solo se caracteriza por “produtos químicos em geral, tais como herbicidas, pesticidas, resíduos sólidos urbanos, chumbo, fertilizantes etc.” (SANTOS, 2017)

Poluição sonora: vibrações e ruídos (ondas sonoras) provenientes de atividades cotidianas do homem, como veículos, obras de construção civil, shopping center, comércio e serviços, máquinas e equipamentos em geral; (SANTOS, 2017, p.1)

Poluição radioativa: fontes radioativas que podem gerar partículas e radiações eletromagnéticas ionizantes (resíduos nucleares de operações de centrais nucleares, clínicas radiológicas, hospitais, testes nucleares, explosões atômicas) e, então, contaminar o ar, os solos, as águas, os alimentos, a biota; (SANTOS, 2017, p.1)

Poluição visual: todo tipo de material afixado em muros, murais, postes, fachadas de prédios, tais como faixas, cartazes, galhardetes e banners, que entrem em desacordo com a harmonia paisagística do local. (SANTOS, 2017, p.1)

Neste caso pode-se dizer que seria impossível alguma organização não ter relacionado todo ou parte dos seus processos produtivos ou serviços, pelo menos um ou dois, destes elementos citados nestas categorias por SANTOS (2017) e, os resíduos plásticos, caso específico dessa pesquisa não ficam defora e se enquadram em até mais de um dos contextos citados acima.

## 1.1 PROGRAMA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS PLÁSTICO E SEUS ENTRAVES

Em janeiro de 2017 foi publicado no site do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA do Brasil, um estudo que apresenta dados sobre a reciclagem no país e sobre a organização dos trabalhadores do segmento. O estudo diz que em termos de planejamento urbano e gestão pública nos últimos anos os resíduos sólidos tornaram-se em grande parte das grandes cidades um dos problemas centrais (IPEA, 2017).

Dentre os estudos e dados apresentados pelo técnico de planejamento e pesquisa do IPEA Sandro Pereira Silva, estima-se que no Brasil sejam produzidas em torno de 160 mil toneladas diárias de resíduos sólidos urbanos e que cerca de 30% a 40% podem ser passíveis de reciclagem e reaproveitamento (desconsiderando no caso a alternativa de compostagem dos resíduos orgânicos) (SILVA, 2017).

Do total de resíduo sólido <sup>9</sup>no Brasil, presume-se que sua composição seja: 57,41% de matéria orgânica (sobras de alimentos, alimentos deteriorados, lixo de banheiro), 16,49% de plástico, 13,16% de papel e papelão, 2,34% de vidro, 1,56% de material ferroso, 0,51% de alumínio, 0,46% de inertes e 8,1% de outros materiais (BESEN, 2011).

Estudo do IPEA traz dados sobre a reciclagem no Brasil e a forma de organização dos trabalhadores desse segmento e aponta que apenas 13% dos resíduos sólidos urbanos no país vão para reciclagem. (IPEA, 2010)

O IPEA (2010) complementa expondo os riscos sobre a destinação do lixo:

[...] lixões, aterros controlados ou aterros sanitários, cada uma com um impacto ambiental diferente. A maioria dos resíduos sólidos dispostos no país ainda é encaminhada para lixões ou aterros controlados. Estas formas de disposição predominam devido ao menor custo de implantação e operação. Entretanto, essa “economia” por parte das prefeituras é transformada em externalidades negativas na forma de contaminação do solo, poluição hídrica e emissões atmosféricas. (IPEA, 2010, p. 22)

---

<sup>9</sup>São todos os materiais que resultam das atividades humanas e que muitas vezes podem ser aproveitados tanto para reciclagem como para sua reutilização

Brasil é o 4º país do mundo que mais gera lixo plástico, afirmativa apontada pelo Fundo Mundial para a Natureza - WWF após uma recente pesquisa publicada em março de 2019 (WWF, 2019).

**Tabela 1:** Produção e reciclagem de plástico no mundo (números em toneladas)

País	Total de lixo plástico gerado*	Total incinerado	Total reciclado	Relação produção e reciclagem
Estados Unidos	70.782.577	9.060.170	24.490.772	34,60%
China	54.740.659	11.988.226	12.000.331	21,92%
Índia	19.311.663	14.544	1.105.677	5,73%
<b>Brasil</b>	<b>11.355.220</b>	<b>0</b>	<b>145.043</b>	<b>1,28%</b>
Indonésia	9.885.081	0	362.070	3,66%
Rússia	8.948.132	0	320.088	3,58%
Alemanha	8.286.827	4.876.027	3.143.700	37,94%
Reino Unido	7.994.284	2.620.394	2.513.856	31,45%
Japão	7.146.514	6.642.428	405.834	5,68%
Canadá	6.696.763	207.354	1.423.139	21,25%

Fonte: KAZA, 2018.

O Fundo Mundial para a Natureza – WWF (2019) aponta que:

O plástico não é inerentemente nocivo. É uma invenção criada pelo homem que gerou benefícios significativos para a sociedade. Infelizmente, a maneira com a qual indústrias e governos lidaram com o plástico e a maneira com a qual a sociedade o converteu em uma conveniência descartável de uso único transformou esta inovação em um desastre ambiental mundial. (WWF, 2019, p.6)

O estudo revelou ainda que 50% de todos os produtos plásticos poluentes do mundo atualmente, foram criados após ano 2000. Apesar de ter apenas algumas décadas, os expressivos, 75% de todo o plástico já produzido já foi descartado (WWF, 2019).

Ainda conforme apontado em estudo (WWF, 2019) no Brasil cada brasileiro produz cerca de 1 kg de lixo plástico por semana, do descarte, 2,4 milhões de toneladas de lixo plástico não são descartadas de forma regular, 7,7 milhões de toneladas ficam em aterros sanitários e 1 milhão não é recolhida no país.

A importância de uma resposta sistemática eficaz é urgente, porém a sua ausência, seja em nível nacional ou internacional de acordo com o Fundo Mundial para a Natureza - WWF (2019, p.6) “[...] impede o progresso, ameaça o crescimento econômico sustentável, e tem consequências diretas para o meio ambiente, espécies e pessoas.”

O estudo ainda revela que a crise está só aumentando, e que uma abordagem única a ser tomada em todos os setores seria a responsabilização (WWF, 2019).

A Confederação Nacional da Indústria (CNI) através da Gerência Executiva de Meio Ambiente e Sustentabilidade (GEMA) aponta que “é preciso estimular a mudança no processo linear de utilização de recursos naturais para processamento e descarte para uma lógica circular, na qual os materiais são constantemente reciclados e reutilizados.” Sendo necessariamente por investimentos a proporcionarem soluções de longo prazo em desenvolvimento, inovação, educação e pesquisa.

A visão da CNI - Confederação Nacional da Indústria Brasileira sobre a Gestão de Resíduos Sólidos diz que:

É cada vez mais necessário que os produtos e sistemas produtivos sejam projetados dentro de uma lógica de eficiência e reaproveitamento de recursos, desde a prancheta até o relacionamento com o consumidor final. Esse raciocínio abre grandes perspectivas para o uso de novos materiais, processos produtivos e, conseqüentemente, novos negócios. (CNI, 2014, p.9)

A Política Nacional de Resíduos Sólidos - PNRS instaurada na LEI Nº 12.305, de 2 de agosto de 2010, diz sobre: “diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, incluídos os perigosos, às responsabilidades dos geradores e do poder público e aos instrumentos econômicos aplicáveis.” (PNRS, LEI Nº 12.305/2010)

Sendo assim podemos supor que este seria o ponto de partida e conseqüentemente o suporte governamental necessário às organizações e consumidores no exercício de ações ecologicamente corretas, já que o mesmo tem papel de integração entre os geradores e ao poder público.

Art. 3º, inciso XVI classifica os resíduos sólidos como:

[...]material, substância, objeto ou bem descartado resultante de atividades humanas em sociedade, a cuja destinação final se procede, se propõe proceder ou se está obrigado a proceder, nos estados sólido ou semissólido, bem como gases contidos em recipientes e líquidos cujas particularidades tornem inviável o seu lançamento na rede pública de esgotos ou em corpos d'água, ou exijam para isso soluções técnica ou economicamente inviáveis em face da melhor tecnologia disponível [...] (PNRS, LEI Nº 12.305/2010. p. 1)

Vale ressaltar outros incisos deste 3º Art. que do ponto de vista dos autores deste trabalho são de grande valor na formatação da solução do problema aqui levantado. Sendo o inciso XI que define a gestão integrada de resíduos sólidos como: “conjunto de ações voltadas para a busca de soluções para os resíduos sólidos, de forma a considerar as dimensões política, econômica, ambiental, cultural e social, com controle social e sob a premissa do desenvolvimento sustentável;” já no inciso XII define-se um importante elo no auxílio do desenvolvimento econômico sustentável que é a: logística reversa, assim definida:

É caracterizada por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada [...] (PNRS, LEI Nº 12.305/2010, p. 1)

Conforme inciso XIII, define-se como padrões sustentáveis de produção e consumo: “produção e consumo de bens e serviços de forma a atender as necessidades das atuais gerações e permitir melhores condições de vida, sem comprometer a qualidade ambiental e o atendimento das necessidades das gerações futuras; [...]”

A Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS, LEI Nº 12.305/2010) define nos termos da lei reciclagem como: “[...] processo de transformação dos resíduos sólidos que envolve a alteração de suas propriedades físicas, físico-químicas ou biológicas, com vistas à transformação em insumos ou novos produtos, foi inserida dentre as ações prioritárias a serem implementadas.”

Um ponto muito relevante a ser mencionado é a Responsabilidade Compartilhada no decorrer do ciclo de vida dos produtos, sendo definida como: “[...]conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes,

importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos,[..]" sendo seu objetivo minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, contribuindo também na redução dos impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos. (PNRS, LEI Nº 12.305/2010, inciso XVII).

A Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE) em sua publicação do Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2017, resume a PNRS como uma maneira a:

Viabilizar um conjunto de ações que visam a coleta e a restituição dos produtos e resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada, de forma a minimizar o envio de materiais para disposição. (ABRELPE, 2018, p. 60)

Neste sentido muitos são os setores que encaminham ações de implementação de logística reversa de produtos e embalagens pós consumo, com objetivo de reciclagem dos mesmos, oportunizando assim um ciclo novo de gestão e gerenciamento de resíduos. (ABRELPE, 2018)

Há de se levar em conta que o consumidor possui um papel expressamente determinante ao sucesso das ações de logística reversa e reciclagem. Porém, há muitos desafios existentes e situações a serem superadas quanto a efetivação deste papel. (ABRELPE, 2018)

Conforme pesquisa publicada em junho de 2018 pelo IBOPE INTELIGENCIA, que aplicou entrevistas a 1.816 pessoas de todos os Estados e Distrito Federal e teve por objetivo conhecer a percepção do brasileiro sobre os resíduos, mesmo após três décadas de coleta seletiva em algumas cidades brasileiras e muitas campanhas e ações sobre o tema, a população pouco ou nada sabe sobre coleta seletiva. (IBOPE INTELIGENCIA, 2018)

Os dados mostram que 98% das pessoas enxergam a reciclagem como algo importante para o futuro do país e 94% concordam que a forma correta de descartar os resíduos é separando materiais que podem ser reciclados. Por outro lado, essa percepção não se reflete no comportamento: 75% revelaram não separar seus resíduos em casa, e uma das possíveis razões que levam a isso é a falta de informação, já que 66% dos entrevistados afirmaram saber pouco ou nada a respeito de coleta seletiva. Além disso, o estudo revela desconhecimento sobre quais materiais podem ser reciclados,

onde somente 4% das pessoas sabem que as embalagens longa vida são recicláveis e 60% não reconhecem as garrafas PET como um tipo de plástico reciclável. (IBOPE INTELIGENCIA, 2018, p. 1)

A Política Nacional de Resíduos Sólidos expõe claramente os objetivos e processos que junto a Responsabilidade Compartilhada no decorrer do ciclo de vida dos produtos podem auxiliar no reuso e reciclagem dos produtos constituídos por sua grande maioria de plástico. Porém como já mencionado o papel do consumidor (população) fica evidenciado como uma ação decisiva, sendo assim dados do IBOPE INTELIGENCIA, 2018 citados acima demonstram que tem muito a ser feito no que diz respeito a conscientização e educação ambiental.

## 1.2 SETORES DE PRODUÇÃO E IMPACTO DO PLÁSTICO

Criado na essência para atender as necessidades e desejos da vida humana há cerca de um século, trazendo inúmeras facilidades à vida moderna, infelizmente o plástico se tornou material fonte de enorme problema ambiental: o consumo desenfreado mediante ao descarte indevido gerou aumento da poluição. (FAPESP, 2019)

Dados do artigo *Production, use, and fate of all plastic sever made* (Produção, uso e destino de todo o plástico já feito), elaborado pelo físico Roland Gayer da Universidade da Califórnia:

Estima-se que 8,9 bilhões de toneladas de plásticos primários (ou virgens) e secundários (produzidos de material reciclável) já foram fabricados desde meados do século passado, quando os plásticos começaram a ser produzidos em escala industrial. Cerca de dois terços desse total, ou 6,3 bilhões de toneladas, viraram lixo, enquanto 2,6 bilhões de toneladas ainda estão em uso. (GEYER, 2017)

Roland Gayer aponta como uma das raízes deste problema a alta demanda e dependência da sociedade por plástico. Sendo em 2016 “a produção atingiu 396 milhões de toneladas; em 1950, foram colocados no mercado 2 milhões de toneladas.”

A fabricação de plástico virgem no século XXI equivale ao volume produzido nos 50 anos anteriores. E as projeções indicam que, se o ritmo de crescimento não for contido, o mundo terá que acomodar cerca de 550 milhões de toneladas do material em 2030. (GEYER, 2017, p. 2)

Conforme já mencionado, o Brasil foi apontado pelo relatório Fundo Mundial para a Natureza – WWF com o quarto país maior produção de lixo plástico do mundo. Sendo por ano gerado 11,3 milhões de toneladas desse resíduo. O relatório aponta ainda, que em média é gerado por cada brasileiro por semana, um quilo de lixo plástico, sendo uma das maiores médias mundiais. (WWF, 2019)

Na maioria dos casos, o plástico fabricado torna-se descartável após a primeira e única vez de uso, são os produtos plásticos com vida útil breve a maior preocupação, pois a velocidade dos descartes não se iguala a velocidade com que a natureza consegue absorver, conforme dados já apontados neste trabalho, o descarte irregular possibilita a chegada deste resíduo à natureza e conseqüentemente aos oceanos. Assim sendo estimado que 10 milhões de toneladas vão parar nos mares a cada ano – o que equivale a 417 mil contêineres com capacidade máxima. (Deutsche Welle, 2019)

Entre 35% e 40% da produção atual é composta por esse tipo de material, nos quais se incluem copos, sacolas, canudos, embalagens e talheres descartáveis. Os demais são produtos de longa duração, uma gama diversificada de itens que vai de celulares a peças automotivas, de tubulações para água e esgoto a equipamentos médicos e de informática. (FAPESP, 2019, p. 7)

Até 400 anos, este é o tempo necessário para decomposição de uma simples garrafa de água ou de refrigerante feitas de PET (polietileno tereftalado<sup>10</sup>) enquanto isso o copo de plástico muito comum em vários estabelecimentos para atender aos clientes e em festinhas de aniversários, permanece pelo menos 200 anos no ambiente. “Por isso, dizem os estudiosos do tema, não é possível dissociar os impactos gerados pelo plástico no ambiente da gestão de resíduos nas cidades.” (FAPESP, 2019)

De acordo com PLASTIVIDA quadro abaixo indica as mais populares resinas plásticas sintéticas e suas aplicações:

---

<sup>10</sup>É o melhor e mais resistente plástico para fabricação de garrafas, frascos e embalagens.

**Figura1:** As mais populares resinas.

	<p><b>Polietileno tereftalato (PET)</b> Garrafas, embalagens de cosméticos e alimentos, fibras têxteis</p>		<p><b>Polipropileno (PP)</b> Canudos, carpetes, peças automotivas, seringas descartáveis, caixas de bebida</p>
	<p><b>Polietileno de alta densidade (PEAD)</b> Fracos para detergente e óleo automotivo, “tampas, sacolas de supermercado</p>		<p><b>Poliestireno (PS)</b> Potes para iogurtes e sorvetes, bandejas de supermercado, aparelhos de barbear</p>
	<p><b>Policloreto de vinila (PVC)</b> Tubulações de água e esgoto, brinquedos, perfis de janela, mangueiras</p>		<p><b>Outros*</b> Solados de sapatos, autopeças, CDs, chinelos, eletrodomésticos, pneus</p>
	<p><b>Polietileno de baixa densidade (PEBD)</b> Sacolas de supermercado, sacos de lixo, filmes para embalar alimentos</p>	<p>* Poliuretano (PU), acetato-vinilo de etileno (EVA), melamina-formaldeído, poliamida (PA), policarbonato (PC), acrilonitrila butadieno estireno (ABS)</p>	

FONTE: (PLASTIVIDA, 2019)

Conforme publicado na Revista FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo a “indústria ganhou força nos anos 1930 com o surgimento do poliestireno, da poliamida (nylon é a principal marca) e de polímeros acrílicos, todos à base de petróleo. Mas foi a partir da década de 1950, com o fim da 2ª Guerra Mundial, que o material se popularizou.”

No mundo da moda, a competição dos tecidos de poliéster, lycra e nylon, por serem mais em conta, fáceis de lavar e ainda eliminavam a necessidade de passar ganharam frente a produção de roupas de algodão e outros tecidos naturais. “O PVC, utilizado na fabricação de materiais de construção, barateou processos desse

setor e a resina de melamina-formaldeído<sup>11</sup> começou a ser largamente empregada na produção de utensílios domésticos.” (FAPESP, 2019)

Os plásticos passaram a ser valorizados e associados a um novo estilo de vida, de uma sociedade direcionada ao consumo. Nas últimas décadas do século passado, a procura pelo material acelerou ainda mais graças à explosão de plásticos de uso único, embalagens descartáveis e sacolas plásticas. Esses produtos inundaram o mercado, substituindo principalmente bens manufaturados de uso pessoal e doméstico, feitos de outros materiais, como vidro, madeira, papel e metal. (FAPESP, 2019, p. 5)

O acontecido a exemplo foi com as garrafas de PET, aos poucos tomando frente da linha de produção ante as retornáveis de vidro. A possibilidade de ser jogados fora logo após o uso além da comodidade de não precisar ser lavado e ocupar espaço nas prateleiras, fazem como que os canudos, copos, pratos e talheres descartáveis caiam no gosto dos consumidores, pois atendem a uma demanda de imediatismo e estado de comodismo que paira na maioria das pessoas. Pode-se citar até a questão dos brinquedos, que há não muito tempo atrás eram produzidos com madeira e atualmente passaram a ser fabricados por resinas plásticas. (FAPESP, 2019)

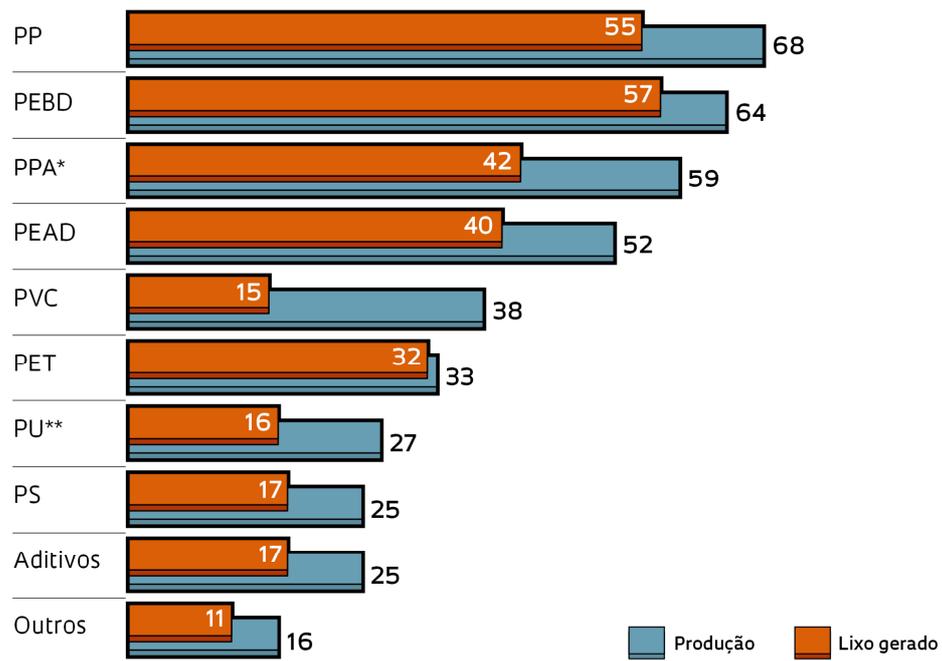
Nos dias atuais, o vasto universo dos plásticos “um material feito pela união de grandes cadeias moleculares chamadas polímeros, que, por sua vez, são formados a partir de moléculas menores, os monômeros – inclui quase uma centena de variedades e suas derivações.” (FAPESP, 2019)

Eles se dividem em dois grupos. Os termoplásticos (80% dos plásticos consumidos) são maleáveis a altas temperaturas e recicláveis. Já os termorrígidos se decompõem ao aquecer e não são recicláveis mecanicamente. A fabricação de embalagens, itens descartáveis que logo viram lixo, domina o setor. Em 2015, responderam por cerca de 36% do plástico produzido no mundo. O setor da construção consumiu 16% das resinas e a indústria têxtil 14%. (FAPESP, 2019, p. 1)

Atualmente o Mercado Global e geração de lixo está assim distribuído:

---

<sup>11</sup> É um material plástico termorrígido e resistente, feito de **melamina** e **formaldeído** por polimerização.

**Figura2:** Produção, uso e destino de todo o plástico já feito(em milhões de toneladas)

\*Poliftalamida, um tipo de poliamida

\*\*Poliuretano

FONTE: (GEYER, 2017)

## 2 CONSUMO SUSTENTÁVEL: CHOQUE DE REALIDADE

### 2.1 Marcos no caminho da sustentabilidade: o desenvolvimento do movimento de Responsabilidade Social no Brasil.

No dia 1º de novembro de 2010, foi publicada a Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social, cujo lançamento foi em Genebra, Suíça. No Brasil, no dia 8 de dezembro de 2010, a versão em português da norma, a ABNT NBR ISO 26000, foi lançada em evento na FIESP, em São Paulo.

Segundo a ISO 26000:

A responsabilidade social se expressa pelo desejo e pelo propósito das organizações em incorporarem considerações socioambientais em seus processos decisórios e a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Isso implica um comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, que esteja em conformidade com as leis aplicáveis e seja consistente com as normas internacionais de comportamento. Também implica que a responsabilidade social esteja integrada em toda a organização, seja praticada em suas relações e leve em conta os interesses das partes interessadas. (ABNT NBR ISO 26000:2010, p. 2)

O marco para o movimento da responsabilidade social das empresas foi na década de 1960, motivado por uma maior conscientização de indivíduos e grupos da sociedade frente à decadência de grandes centros urbanos, o aumento dos problemas ambientais, como a poluição, a remoção de lixos tóxicos e nucleares e a ascensão do consumismo<sup>12</sup>, que tornou conhecido o nome do ativista Ralph Nader na esfera de direitos dos consumidores e da ambientalista Rachel Carson. (FERREL, 2001)

As discussões e pressões acerca da responsabilidade social das empresas também questionavam a necessidade de conscientizar as empresas sobre outras questões de cunho social e, frente a isso, a expectativa de que pudessem criar condições para se inserirem de maneira mais harmônica e

---

<sup>12</sup> “Consumismo: uma ação social que se destina a proteger os consumidores, exercendo pressões legais, morais e econômicas sobre a comunidade empresarial” (CHURCHILL; PETER, 2000, p. 595). Em 1962, o Presidente John F. Kennedy divulgou uma “Mensagem Especial sobre a Proteção dos Direitos dos Consumidores [...] o direito à segurança, o direito de ser informado, o direito de escolher e o direito de ser ouvido”. (FERREL, 2001, p. 9)

solidária em questões de interesse da sociedade, ampliando o espectro de doações e filantropia, para a institucionalização da responsabilidade social enquanto parte das operações regulares de negócios nas quais a ética<sup>13</sup> nortearia as decisões empresariais em prol dos interesses de todas as partes (KORTEN, 1996).

O cenário econômico e social do industrialismo, é decorrente de um vasto processo de globalização e reorganização do setor produtivo, o que, por sua vez trouxe consigo, impactos atualmente apresentados no Brasil e no mundo. Transformando a dinâmica da economia e modificando a produção, o meio de trabalho e a vida dos trabalhadores e principalmente a empresas, suas gestões passaram a observar que o público alvo está cada vez mais exigentes e antenado as questões ambientais e sociais. (KORTEN, 1996)

Um triste paradoxo social Brasileiro são grandes descobertas e inovações tecnológicas, remodelando todas as camadas sociais, todavia, a piora da questão.

[...] apreendida como o conjunto das expressões das desigualdades da sociedade capitalista madura, que tem uma raiz comum: a produção social é cada vez mais coletiva, o trabalho torna-se mais amplamente social, enquanto a apropriação dos seus frutos mantém-se privada, monopolizada por uma parte da sociedade. (IAMAMOTO, 1999, p. 27)

Tal situação atinge, indiscriminadamente, todas as classes, tornando ainda mais precária as condições de sobrevivência e demandando inclusive, a sustentabilidade da vida no planeta. As providencias para seu enfretamento são urgentes, suplica um repensar dos valores que regem a vida, assim como processos precisam extrapolar os meros assistencialismo, para que haja de fato uma reestruturação na realidade do caráter social transformando a vida das pessoas. “[...] um conjunto de organizações e iniciativas privadas que visam a produção de bens e serviços [...] não geram lucros e respondem a necessidades coletivas”. (FERNANDES, 1994, p. 21)

Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores,

---

<sup>13</sup> “A ética empresarial diz respeito a regras e princípios que pautam decisões de indivíduos e grupos de trabalho”. (FERREL, 2001, p. 8)

comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atenderàs demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários. (ETHOS, 2019, p. 1)

Nesta conjuntura, a empresa, enquanto indispensável agente de crescimento econômico, vem reformulando seu sistema e impondo novos desafios de controle. Assim estão mais abertas a questionamentos e possibilidades em relação a sua contribuição, seja na degradação ou agravamentos ambientais e sociais, tendo que adotar modelos de gerenciamentos de negócios socialmente responsável revertendo o conceito econômico e social atual. “A iniciativa privada, como principal força decrescimento e do desenvolvimento, é hoje o centro das atenções e traz consigo maiores responsabilidades e outras expectativas sobre sua conduta”. (GRAYSON, 2002, p. 63)

Não há uma regra, caminho ou facilidade para se aderir a sustentabilidade. Essa transição requer esforços individuais, coletivos e políticos. Na maioria desses é necessário que a política promova ações de incentivos para que as organizações respeitem o meio ambiente, sempre apoiando novas ideias. O consumidor por sua vez talvez tenha que suportar nesse primeiro momento o custo desse incentivo para produção mais sustentável e exigir do fabricante desenvolver processos menos poluentes. (GRAYSON, 2002)

Uma das primeiras referências acadêmicas ao assunto, no Brasil, aponta a responsabilidade social das empresas como “[...] parte da premissa de que as organizações têm responsabilidade direta e condições de abordar os muitos problemas que afetam a sociedade [...]” (TOMEI, 1984,p. 189)

A seriedade dos impasses brasileiros com uma parcela grande da população vivendo abaixo da linha da pobreza, sem qualquer tipo de condições, em vida sub-humanas, faz a atuação social da empresa voltar se a doação e assistência social. Entende-se, neste sentido, que uma das questões para que novos rumos sejam trilhados possa ser o resgate de alguns valores universais como a compaixão, a honestidade, a justiça, o respeito e a responsabilidade. (GRAYSON, 2002)

Salientando as ações e providências empregadas pelas instituições que presume uma “Mudança de postura contribuindo para a reconstrução gradativa de valores substantivos” (Magalhães, 1984, p. 224). Pois elas possuem o poder de

tomar as rédeas, determinando os novos rumos da sociedade, cooperando para o enfrentamento dos problemas ambientais e sociais, e retomando a dignidade humana, tornando a mais justa e sustentável.(MAGALHÃES, 1984)

## **2.2 CULTURA E MUDANÇA DE VALORES**

O enraizamento da cultura no nosso cotidiano é algo um tanto difícil de se alterar, todavia não é impossível. É como se livrar de costumes de vida que nos conduzem a tempos, em que o passo mais complexo está justamente em visualizar os erros e se adaptar para as mudanças. O processo de se afastar desses valores e atitudes para formação dessa nova cultura é delicado e vital, precisando do suporte de alguém que possa enxergar externamente essa situação, Chiavenato (2004) afirma que necessário mudar a cultura organizacional para existir renovação e revitalização dentro da empresa. (CHIAVENATO, 2004)

Diante desta idéia Srour (1994, p.32) diz: “As organizações não são meras coleções de indivíduos, mas entidades com vida e dinâmica próprias, que transcendem as consciências e os interesses particulares de seus membros”.

Para firmar o processo, é necessário compreender que a mudança ocorrerá por meio da construção de um novo contexto em que as empresas tomem atitudes e comportamentos planejados para certificar os resultados e como esse impactará na reestruturação, através da estratégia previamente identificada para evitar o desinteresse.

[...] entende-se a organização como um componente do sistema de relações de um campo específico, formado por atividades padronizadas e articuladas, que expressam normas e regras sociais. Constitui, pois, uma arena social e, como tal, está impregnada pelo ambiente (GRANOVETTER, 1985), concebido em termos técnicos e institucionais como setor social, dele retirando e a ele transmitindo, em interação recíproca, normas e padrões de comportamento que constituem modos adequados de ação. (MACHADO DA SILVA, 2004, p. 253)

Segundo Hernández e Gomez (2009), uma cultura organizacional concisa conseguemanipular o comportamento das pessoas, favorecendo no comando, coordenação interna e ajustamento no âmbito dos esforços e propósitos dos colaboradores.

Armênio (2009) elaborou uma análise das concepções sobre cultura organizacional face aos novos desafios contemporâneos e finalizou que muitas empresas bem-sucedidas vêm aplicando no desenvolvimento de sua cultura organizacional como uma forma de encarar as constantes mudanças que intercorrem ao dia a dia neste tempo.

Silva e Fadul (2010) estudaram a produção científica brasileira sobre cultura organizacional. Os autores revelaram a cultura organizacional como componente essencial para estimular mudanças significativas na performance das organizações. O trabalho de Silva e Fadel (2010) expôs a influência da cultura organizacional como grande propulsor da mudança organizacional.

Ferreira et al. (2002) analisaram alguns dos essenciais instrumentos desenvolvidos para a avaliação das manifestações da cultura organizacional e finalizaram que regularmente os estudos de cultura são fadados a esclarecer a repercussão que a cultura das organizações desempenha nas condutas e maneira dos indivíduos que as integram.

Por esta razão, as reformas são incompatíveis com os “reais” problemas enfrentados pelas organizações da administração pública moderna, e tendem a representar formas “estilizadas” sobre o que deve ser feito para elevar a performance sem um maior conhecimento da realidade (REZENDE, 2002, p. 55).

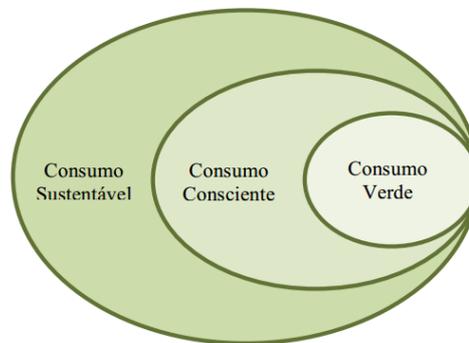
Porém, é prudente tomar cautela no processo de mudança organizacional e transformação na cultura organizacional. Para Fernandes e Zanelli (2006), o trabalho de conscientização dos colaboradores acerca dos valores organizacionais é capaz de constituir efeitos positivos e negativos. Por um lado, à proporção que sucede um repartimento de valores, é capaz de alcançar maior adesão entre o grupo, induzindo as atitudes e comportamentos dos integrantes frente aos objetivos organizacionais.

Por outro lado, “a partir do momento em que as pessoas internalizam verdades inquestionáveis, passando a adotar comportamentos padronizados, colocam-se em posição de passividade, perdendo a percepção individual da realidade”. (FERNANDES E ZANELLI, 2006, p.59)

## 2.3 CONSUMO SUSTENTÁVEL/CONSCIENTE

O consumo sustentável implica na preferência em produtos a qual empregam menos recursos naturais na fabricação, sendo reaproveitados ou reciclados facilmente. Adquirir somente o que é efetivamente o necessário, trazendo total significância a compra, e estendendo o quanto for possível a vida útil destes. Como apresentam de Toni, Mattia, Larentis e Silva (2010), o ato de consumir é algo individual e coletivo, e está envolto por um conjunto de significados e valores sociais.

**Figura3:** 3 modelos de consumo



FONTE: (SILVA, 2011, p.31)

O desafio fundamental é satisfazer a exigência por uma melhor qualidade de vida e o subsequente consumo de produtos e serviços, de maneira que não seja cumulativamente destrutivo tanto para os recursos quanto para a vida numa escala planetária. (DIAS & MOURA, 2007)

**Tabela 2:** 2 modelos de consumo

CONSUMO "VERDE"	CONSUMO SUSTENTÁVEL
Consumir produtos diferentes	Consumir menos
Essencialmente positivo em relação ao consumo	Consumo além das necessidades básicas é negativo
Mudança no padrão tecnológico	Mudança no estilo de vida e no padrão de consumo
Foco na oferta: produção	Foco na demanda: usuário final
Consumidores respondem às informações adequadas	Consumidores querem alternativas de aquisição
Mudança gradual	Mudança radical: urgente e essencial
Crescimento "verde" no lugar de crescimento econômico	Alta qualidade de vida sem degradação ambiental

FONTE: Adaptado de COOPER (2002 como citado em DIAS & MOURA, 2007)

Baseado nos modelos de consumo apresentadas acima, a contribuição individual mais objetiva engloba consumo verde, pois entende-se que o indivíduo é

capaz de diferentes papéis na sociedade, como, a preferência nas empresas que detenham de antecedentes positivos e que não impactam negativamente o meio ambiente, compreende então, que o ser é o mais importante responsável neste processo de mudança para uma nova geração. (DIAS & MOURA, 2007)

Entretanto, perante as muitas opressões e impasses, o mesmo prefere se conter e acompanhar as tendências, sem precaução com o futuro, pois interesse pelas compras “verdes” limita-se pelos altos preços associados a elas. (PORTILHO, 2005)

Ainda de acordo com Portilho (2005), o consumidor verde deixa de considerar apenas as variáveis preço/qualidade, e acrescenta em seu processo de escolha a variável ambiental (como ocorre com o produto orgânico e o material reciclado). Isso ocorre a partir de um modelo de comprarecursivo e complementar, que segundo Young, Hwang, McDonald&Oates (2010), tem como etapas: (1) valores e conhecimento do verde; (2) critério verde de compra; (3) observar os facilitadores e as barreiras; (4) a compra verde; e (5) os feedbacks.

À medida que essa ‘visão verde’ assume uma maior amplitude, por considerar outros aspectos em torno da produção, distribuição e venda dos produtos/serviços, surge então um consumo mais responsável. Pensando nesta perspectiva e focando os aspectos de mercado, discute-se que surge um cidadão-consciente, consumidor cidadão ou cidadão socialmente responsável, é o que dizem os autores como: Dobson, (2003); Eddine, Vetorazzi& Freitas, (2008); Santos et al., (2008); Silva, Corrêa, Costa, Albuquerque, & Almeida, (2012); Spaargaren&Oosterveer, (2010); Vieira, (2010). Assim, diz-se que o consumo consciente se efetiva ao ser levado em consideração os impactos provocados pelo consumo, buscando maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos de acordo com os princípios da sustentabilidade. (INSTITUTO AKATU, 2001)

Corroborando Fabi, Lourenço e Silva (2010, p.6) sustentam o conceito do Instituto Akatu<sup>14</sup> de apontar a qual o consumo consciente pode ser considerado como:

O ato ou decisão de compra ou uso de serviços, de bens industriais ou naturais, praticado por um indivíduo, levando em conta o equilíbrio entre

---

<sup>14</sup>Somos uma organização não-governamental sem fins lucrativos que trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente e a transição para estilos sustentáveis de vida.

satisfação pessoal, as possibilidades ambientais e os efeitos sociais de sua decisão. [...] o consumo consciente como um ato de cidadania, com a busca pelo equilíbrio entre a satisfação pessoal, o impacto de seu consumo no meio ambiente e o bem-estar da sociedade. Com isso, percebe-se que de fato há prática de consumo verde, mas com preocupações mais complexas. (DIAS & MOURA, 2007, p. 1)

Fundamentado nas considerações desses autores compreende-se que são várias as condutas que comprometem e levam o consumidor a tal prática mais ajuizada de consumo. Estes atores na construção de uma situação macro de responsabilidade, entendem como uma essencial a criação de escalas, que configuram tanto as ações particulares por meio da consciência no consumo quanto em grupo, tornando clara a diferenciação entre os tipos. Há então indicadores atrelados a consumo consciente:

**Tabela 3:** Indicadores do consumo consciente

<b>Crítérios</b>	<b>Indicadores de Consumo Consciente</b>	<b>Perspectiva Teórica</b>
<b>Hábitos de poupança</b>	Como melhor se descreve seus gastos e hábitos de poupança	Feitosa, Cândido e Firmo (2011); Gómez et al. (2009); Instituto Akatu (2007); NationalGeographic (2010a; 2010b); Ribeiro e Veiga (2011); Wackernagel e Rees (1996); Silva et al. (2012)
	Evita deixar lâmpadas acesas em ambientes desocupados	
	Fecha a torneira enquanto escova os dentes	
	Fecha o chuveiro enquanto se ensaboa	
	Desliga aparelhos eletrônicos quando não está usando	
	Costuma planejar compra de roupas	
	Costuma utilizar o verso de folhas de papel já utilizadas	
	Espera os alimentos esfriarem antes de guardar na geladeira	
	Utiliza eletrodomésticos com rótulos de eficiência energética	
	Utiliza energia renovável	
	Diminui sua utilização de água	
Não ligar o ar condicionado diariamente para poupar energia		
<b>Moradia e Transporte</b>	Quantas pessoas vivem em casa	
	Quantos quartos existem na casa	
	Realizou reforma ou pretende para possuir maior eficiência doméstica	
	Leva em conta a proximidade e a facilidade de acesso entre meus locais de moradia, trabalho e estudo, e procuro reduzir meus deslocamentos pela cidade	
	Dirige veículos motorizados (carro popular, minivan, caminhão)	
	Dirige sozinho um carro ou caminhão	
	Utiliza transporte público	

	Viaja de avião	
	Anda a pé ou de bicicleta	
	Possui fogão, água morna, ar condicionado	
<b>Consumo de bens (Sustentáveis ou orgânicos) e alimentos</b>	Consome alimentos importados	
	Consome galinha	
	Consome carne	
	Consome frutos do mar	
	Consome frutas e vegetais	
	Consome água	
<b>Origem de produtos, publicidade feita pelas empresas, critério de compras</b>	Consome alimentos cultivados na sua região	
	Consome alimentos que você cultivou	
	Lê o rótulo atentamente antes de decidir a compra	
	Procura passar ao maior número possível de pessoas as informações que aprende sobre empresas e produtos	
	Mobiliza se para incentivar as empresas a prevenir ou corrigir os danos ao meio ambiente causados por suas atividades	
	Pratica e incentiva o consumo de produtos que apoiem ações de inclusão social ou de proteção ao meio ambiente	
	Costuma deixar de comprar produtos de empresas como punição por terem feito algo prejudicial à sociedade ou ao meio ambiente	
<b>Geração e gestão de resíduos</b>	A família separa o lixo para reciclagem (lata, papel, vidro, PET, garrafas)	
	Preocupa se em usar recursos de modo que não tragam prejuízos para a sociedade e ao meio ambiente	
	Apoia campanhas de outras ações que incentivem as pessoas para a reciclagem dos materiais, redução do lixo e reutilização dos produtos.	

FONTE: Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM) 2013 - ISSN 1677-7387

Conforme observado no quadro antecedente, há vários indicadores que permite a verificação do consumo consciente, que contribui diretamente ao alcance do consumo sustentável, mesmo tendo ciência que são apenas alguns de muitos, que pode se tornar atuante. Pelo Instituto Akatu (2007, p.13), esses processos podem ser estimados como “práticas que pressupõem o benefício direto para o indivíduo, considerando o não desperdício dos recursos, com retorno imediato e de curto prazo”.

O discurso do consumo consciente salienta que semelhante iniciativa é capaz de ser praticada no cotidiano, por intermédio de dois movimentos: gestos simples que levem em conta os impactos da compra, uso ou descarte de produtos ou

serviços; e/ou pela escolha das empresas comprometidas com o desenvolvimento socioambiental. (BARROS & DA COSTA, 2008)

### **3 QUANDO ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL SÃO COLOCADAS EM PRÁTICA.**

Desde o início deste trabalho foi colocado em evidência a necessidade de um relacionamento harmonioso e ecologicamente correto entre organizações e consumidores, agora neste capítulo pretende-se através da Ética e Responsabilidade Social demonstrar que há possibilidade de diminuir a poluição, colocando em prática como exemplos de empresas inseridas no mercado, ações e programas de gestão sustentável que consequentemente agregaram valor a imagem da organização.

A visão das organizações e o meio ambiente pela ABNT NBR ISO 26000:2010 aponta que as organizações independentemente de onde estejam instaladas, invariavelmente proporcionam um impacto no meio ambiente.

Esses impactos podem estar associados ao uso de recursos por parte da organização, à localização de suas atividades, à geração de poluição e resíduos e aos impactos de suas atividades, produtos e serviços nos habitats naturais. Para reduzir seus impactos ambientais, convém que a organização adote uma abordagem integrada, que leve em consideração as implicações - econômicas, sociais, na saúde e no meio ambiente - de suas decisões e atividades, direta e indiretamente. (ABNT NBR ISO 26000:2010, p. 43)

A hipótese levantada e abordada no capítulo 01 de que o consumo desenfreado aliado a ausência em muitos dos municípios brasileiros da falta de coleta seletiva ou a ineficiência da mesma através de dados apontados pelo IPEA, 2017, um total de 160 toneladas/dia de resíduos sólidos não são reciclados, sendo sua composição próxima de 57,41% de matéria orgânica (sobras de alimentos, alimentos deteriorados, lixo de banheiro). É o plástico o primeiro maior volume entre os demais itens listados constando em 16,49%. Sendo assim por dedução total de 26.384 toneladas de plástico despejados de acordo com a pesquisa em lixões, aterros sanitários e outros locais inadequados. Já o estudo da WWF, 2019 apontou que 50% de todos os produtos plásticos poluentes do mundo atualmente, foram criados após ano 2000, sendo que 75% de todo o plástico já produzido, já foi descartado.

Os números são provocantes a ponto de refletirmos sobre a situação com mais serenidade. Pois o descarte instantâneo é constante. Seja por exemplo aquela sacola do supermercado que foi usada para trazer as compras e logo em seguida para colocar lixo, ou aquela que veio com o lanche e imediatamente após o uso foi descartada, diga-se por passagem as garrafinhas PET quaisquer sejam seu conteúdo, (água, refrigerante, produto de limpeza) após o uso do armazenado internamente, de imediato vai para o lixo, que como já exposto em sua grande maioria não segue de maneira adequada para reciclagem.

A ABNT NBR ISSO 26000:2010 reforça expondo que conforme o crescimento da população mundial cresce também o consumo da mesma, sendo uma relação diretamente proporcional, traduzindo em ameaças à saúde, bem-estar e segurança humana da sociedade. “É necessário identificar opções para reduzir e eliminar volumes e padrões de consumo e produção insustentáveis, e assegurar que o consumo de recursos por pessoa se torne sustentável.” (ABNT NBR ISSO 26000:2010)

As questões ambientais em nível local, regional e global estão inter-relacionadas. Enfrentá-las exige uma abordagem abrangente, sistemática e coletiva. A responsabilidade ambiental é um pré-requisito para a sobrevivência e prosperidade dos seres humanos. (ABNT NBR ISSO 26000:2010, p. 42)

Essa abordagem reforça a afirmação da Organização das Nações Unidas – ONU, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento - UNCED utilizada como marco teórico deste trabalho:

[...] as principais causas da deterioração ininterrupta do meio ambiente mundial são os padrões insustentáveis de consumo e produção, especialmente nos países industrializados. Motivo de séria preocupação, tais padrões de consumo e produção provocam o agravamento da pobreza e dos desequilíbrios. [...] Especial atenção deve ser dedicada à demanda de recursos naturais gerada pelo consumo insustentável, bem como ao uso eficiente desses recursos, coerentemente com o objetivo de reduzir ao mínimo o esgotamento desses recursos e de reduzir a poluição (UNCED, 1992, p. 1).

Conforme CARROLL (2000), as “responsabilidades éticas correspondem a atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados (no sentido positivo) ou

proibidos (no sentido negativo) por membros da sociedade, apesar de não codificados em leis.”

Sendo assim envolvem padrões, normas ou até expectativas de comportamento com intuito de satisfazer interesses dos diversos públicos (*stakeholders*) as quais se relacionam com a empresa, consideram justo ou de acordo com suas expectativas ou seus direitos morais. (CARROLL, 2000, p. 36)

[..] podemos dizer que um dos efeitos da economia global é a adoção, por todo o mundo, de padrões éticos e morais mais rigorosos, seja pela necessidade das próprias organizações de manter sua boa imagem perante o público, seja pelas demandas diretas do público para que todas as organizações atuem de acordo com tais padrões. Valores éticos e morais sempre influenciaram as atitudes das empresas, mas estão se tornando, cada vez mais, homogêneos e rigorosos. (ASHLEY, 2005 p.35)

Sendo assim quais seriam estes padrões? De acordo com a ABNT NBR ISO 26000: (2010, p. 12), o princípio do comportamento ético, seria o comprometimento da organização em: “Convém que o comportamento de uma organização se baseie nos valores de honestidade, equidade e integridade. Esses valores implicam a preocupação com pessoas, animais e meio ambiente, bem como o compromisso de lidar com o impacto de suas atividades e decisões nos interesses das partes interessadas.”

No item a seguir a abordagem da imagem da organização se faz presente, sendo o objeto de estudo a ser alinhado a práticas de produção sustentáveis possibilitando a maximização da redução de poluição de produtos derivados do plástico e conseqüentemente valorização da imagem.

### **3.10 REFLEXO POSITIVO DA IMAGEM DA ORGANIZAÇÃO ALINHADO A PRÁTICAS DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL E DESCARTE DOS PRODUTOS DERIVADOS DO PLÁSTICO.**

Visualizar a imagem das organizações pode ser uma situação muito complexa. Pois a mesma pode ser vista de diversos ângulos, porém na literatura específica da comunicação é comumente tratada como: reputação. (SCHULER e MARIA, 2015)

Sendo a reputação das organizações e de suas marcas uma imagem que se sustenta no tempo, o Método de Configuração da Imagem foi criado para garantir, através de correta gestão, a sustentabilidade da melhor reputação que as organizações podem atingir, para si. (SCHULER e MARIA, 2015, p. 15)

Na literatura específica do Marketing, a imagem da organização é definida como: “o conjunto de representações mentais, tanto afetivas quanto cognitivas, que um indivíduo ou um grupo de indivíduos associa a uma organização” (KAPFERER e THOENIG, 1991).

“À medida que o mercado se torna mais competitivo, a empresa deve trabalhar sua imagem de forma atraente e bem definida para que não se criem confusões na mente dos consumidores”. (SCHULER e MARIA, 2015)

“A recompensa pela boa imagem de uma organização é a alta participação de mercado, menores custos nas vendas e lucros crescentes” (KOTLER, 2000).

Com o intuito de informar e mobilizar a população sobre mitos e educação ambiental e comportamental para reciclagem e descarte correto dos resíduos domésticos o movimento “SEPARE”. “NÃO PARE”, conta com o apoio da Coalizão Embalagens, formada por 17 associações empresariais signatárias do Acordo Setorial de Embalagens em Geral.

Essas empresas apontam 7 produtos feitos a partir do lixo reciclado, podem ser vistas no quadro abaixo:

**Figura4:7** produtos feitos a partir do lixo reciclado

<p><b>1. Papel para impressão</b> Diversas marcas já têm em sua linha papeis que são feitos a partir de matéria-prima reciclada. Em geral têm a cor parda, mas há diferentes gramaturas e colorações.</p>	<p><b>5. Revestimentos para paredes</b> Já estão no mercado pastilhas para revestimento fabricadas a partir de garrafa PET. O efeito visual é muito semelhante ao da pastilha de vidro comum.</p>
<p><b>2. Camisetas de garrafa PET</b> Garrafas de água e refrigerante podem ser transformadas em tecidos, conforme suas fibras são quebradas e reorganizadas. Já existem também calças jeans e camisetas feitas de PET.</p>	<p><b>6. Carrinho de supermercado</b> Alguns modelos, feitos de plástico resistente, têm como matéria-prima as garrafas PET.</p>
<p><b>3. Sapatos</b> Garrafas PET podem se transformar em calçados resistentes, como os da Insecta.</p>	<p><b>7. Miolo da garrafa térmica</b> O material que mantém a temperatura dos líquidos dentro de uma garrafa térmica é composto também de vidro. Muitas vezes, o vidro utilizado, que é triturado e misturado a outrosO material que mantém a temperatura dos líquidos dentro de uma garrafa térmica é composto também de vidro. Muitas vezes, o vidro utilizado, que é triturado e misturado a outros componentes, vem da reciclagem.</p>
<p><b>4. Pisos de parquinhos e escolas</b> Pisos de borracha colorida, que são antiderrapantes, possuem boa drenagem e ainda têm capacidade de retenção de impacto e barulho, são feitos a partir de pneus usados.</p>	

FONTE: (SEPARE. NÃO PARE, 2019)

Em matéria publicada no site Conexão Planeta pela Jornalista Suzana

Camargo a empresa Vivobarefoot, uma fabricante de calçados americana assumiu sua parte no papel da sustentabilidade adotando em sua linha de produção a reciclagem de plástico. Produzindo através de plástico reciclado tênis e sapatos. (CONEXÃO PLANETA, 2019), veja figura abaixo:

**Figura 5:** Tênis é feito de 17 garrafas plásticas recicladas



FONTE: (CONEXÃO PLANETA, 2019)

Conforme descrito na reportagem, a empresa diz:

Acreditamos que o sapato perfeito deve ter interferência mínima com movimentos naturais e impacto mínimo no meio ambiente”, diz Asher Clark, diretor criativo da marca. “Fabricamos sapatos sustentáveis que sejam saudáveis para nossos consumidores e o planeta. Os materiais são apenas parte do desafio, mas tudo ajuda em nossa jornada para fazer menos.... Sapatos!(CONEXÃO PLANETA, 2019, p. 1)

Outra empresa que vem demonstrando sua responsabilidade social junto a linha de produção menos agressiva ao meio ambiente é a Adidas, levantando a bandeira de luta contra a poluição de plásticos nos oceanos, conforme descrito na abertura do site: “Estamos lutando para salvar os oceanos, transformando o plástico em produtos esportivos de alta performance”.

Essa ação é desenvolvida através da parceria firmada com a organização sustentável *Parley for the Oceans* que “trata das principais ameaças aos oceanos, o ecossistema mais importante do nosso planeta”. Neste sentido a Adidas, lançou uma linha exclusiva de calçados com a assinatura da *Parley* produzidos com até 90% de plástico reciclado e uma meta um tanto audaciosa que é o fim do Poliéster virgem. “Nosso objetivo é substituir todo o poliéster virgem por reciclado até 2024”. (ADIDAS, 2019)

O *Parley for the Oceans* trata das principais ameaças aos oceanos, o ecossistema mais importante do nosso planeta.

Acreditamos que o poder de mudança está nas mãos do consumidor - considerando que todos temos uma escolha - e o poder de moldar essa nova mentalidade de consumidor está nas mãos das indústrias criativas. Para ter sucesso, precisamos encontrar maneiras de sincronizar o sistema econômico da humanidade com o ecossistema da natureza. E torne a proteção ambiental fiscalmente lucrativa para o desenvolvimento de grandes empresas. (PARLEY, 2019, p. 1)

Foi criado com o intuito de “acelerar um processo de mudança que já está em andamento. Nenhum outro grande movimento na história da humanidade se desenvolveu mais rapidamente do que a causa ambiental.” (PARLEY, 2019)

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A abordagem por temas mais ligados a sustentabilidade está fazendo com que procuremos cada vez mais vias de saída para diminuição de insumos prejudiciais ao meio ambiente. Desta forma, a responsabilidade compartilhada, a incorporação das atitudes éticas e de responsabilidade social aliadas a produção sustentável evitando o uso abusivo de plástico e condicionando opções de reciclagem e substituição do mesmo possibilitam a diminuição da poluição como um todo e principalmente do plástico no meio ambiente.

Por meio desta pesquisa bibliográfica, foi possível observar os elevados níveis de poluição e descarte de plástico de forma irregular. Ineficiência na aplicação da Política Nacional de Resíduos Sólidos apontando um elevado índice de ausência de coleta seletiva e grande descarte em lixões e aterros sanitários. Pelo fato do plástico estar presente em grande parte destes resíduos sólidos e ser um componente de inúmeras utilidades e facilidades tanto no meio industrial como na vida cotidiana das pessoas, o plástico se torna um item comum em abundância, de fácil acesso com custo baixo, o que ainda intensifica essa poluição conforme pesquisa apontada é o descarte acelerado.

Apesar destes apontamentos, pesquisas e dados obtidos, conforme descrito no capítulo 3, existem empresas, grupos, organizações, pode-se dizer que um público disposto a mudar essa realidade, visando através da reciclagem e tecnologia ações de sustentabilidade e principalmente de conscientização e informação entre a população para que o cenário seja revertido. Fica evidente que o papel do governo neste processo é decisivo pois a coleta seletiva seria uma triagem e direcionamento adequado dos resíduos. Além do mais as empresas que se comprometem efetivamente padrões éticos, morais e de responsabilidade social tendem a normatizar condutas que visam o uso racional dos recursos ambientais, agregando valor e minimizando a poluição.

Acredita-se que como proposta de tema para um próximo trabalho, seria realizar um estudo de campo na cidade de Caratinga/MG. Levantando o volume de sacolinhas plásticas provenientes dos Supermercados e mercearias distribuídas aos clientes, apontando o impacto ambiental deste volume de plástico, tempo de

decomposição e possíveis alternativas de substituição, alinhando choque de realidade entre os consumidores e a conscientização da população, valorizando a imagem das organizações através da adoção de responsabilidade social e ética.

## REFERÊNCIAS

ABRELPE - Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (2018). **Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2017**. Disponível em: <[http://abrelpe.org.br/pdfs/panorama/panorama\\_abrelpe\\_2017.pdf](http://abrelpe.org.br/pdfs/panorama/panorama_abrelpe_2017.pdf)>. Acessado em 06 outubro de 2019

ADIDAS, 2019 -**O fim do poliéster virgem, mais ação**. Disponível em: <<https://www.adidas.com.br/sustainability-phase-out-virgin-polyester-2024>>. Acessado em 02 novembro de 2019

AKATU (2011) – Por um consumo consciente. Dia do Consumo Consciente foi instituído em 2009. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/dia-do-consumo-consciente-foi-instituido-em-2009/>>. Acessado em 23 de novembro de 2019

ARMENIO, P. M. *Cultura organizacional: algumas reflexiones a la luz de los nuevos retos*. **Revista Venezolana de Gerencia**, Universidad del Zulia Venezuela, v.14, n.46, p.183-194, abr./jun., 2009.

ASHLEY, 2005. Patrícia Almeida, Ashley. **Ética e responsabilidade social nos negócios** / 2.ed. – São Paulo: Saraiva, 2005. Vários autores. Bibliografia. ISBN 978-85-02-08776-2 85-02-08776-2

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 14004: **Sistemas de Gestão Ambiental, Diretrizes Gerais, Princípios, Sistema e Técnicas de Apoio**. São Paulo, 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 26000. **Diretrizes sobre responsabilidade social**. Rio de Janeiro, 2010.

BARROS, D. F. & DA COSTA, A. M. (2008). **Consumo consciente no Brasil: um olhar introdutório sobre práticas de resistência ao consumo por meio da análise do discurso do Instituto Akatu pelo consumo consciente**. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 32.

BESEN, Gina. **Coleta seletiva com inclusão de catadores: construção participativa de indicadores e índices de sustentabilidade**. 2011. Tese (Doutorado em Saúde Pública) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

CARROLL, Archie B. **Ethical challenges for business in the new millennium: corporate social responsibility and models of management morality.** *Business Ethics Quarterly*, Washington, p. 33-42, Jan. 2000, p. 36.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração: uma visão abrangente da moderna administração das organizações.** 3. ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2004.

CNI - Gerência Executiva de Meio Ambiente e Sustentabilidade – GEMA (2014). **Visão da Indústria Brasileira sobre a Gestão de Resíduos Sólidos.** Disponível em: <[https://bucket-gw-cni-static-cms-si.s3.amazonaws.com/media/filer\\_public/9c/7c/9c7c8655-4ede-4cfa-88e5-e0d7b9f67a50/visao\\_da\\_industria\\_residuos\\_solidos\\_baixa.pdf](https://bucket-gw-cni-static-cms-si.s3.amazonaws.com/media/filer_public/9c/7c/9c7c8655-4ede-4cfa-88e5-e0d7b9f67a50/visao_da_industria_residuos_solidos_baixa.pdf)>. Acessado em 08 outubro de 2019.

CONEXÃO PLANETA, 2019 – Suzana Camargo. **Este tênis é feito de 17 garrafas plásticas recicladas.** Disponível em: <<http://conexaoplaneta.com.br>>. Acessado em 01 novembro de 2019

COPYRIGHT © 2017 THE AUTHORS, some rights reserved; exclusive licensee American Association for the Advancement of Science. No claim to original U.S. Government Works. Distributed under a Creative Commons Attribution NonCommercial License 4.0 (CC BY-NC).

DEUTSCHE WELLE -**Meio Ambiente / Brasil é o quarto maior produtor de lixo plástico do mundo (2019).** Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/brasil-%C3%A9-o-quarto-maior-produtor-de-lixo-pl%C3%A1stico-do-mundo/a-47782657>>. Acessado em 19 outubro de 2019

DIAS, S. L. F. G. & MOURA, C. (2007). **Consumo sustentável: muito além do consumo “verde”.** *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa.** 2. ed. 19. reimpr. São Paulo: Atlas, 2016. 169 p.

DPCS - Departamento de Desenvolvimento Produção e Consumo Sustentáveis do Brasil. **Produção e Consumo Sustentáveis,** 2012. p. 1. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel.html?view=default>>. Acesso em 2 de junho de 2019.

EPA - Agência de Proteção Ambiental dos Estados Unidos. **Ferramentas Científicas para Apoiar a Tomada de Decisão Sustentável**, 2017. p. 1. Disponível em: <<https://www.epa.gov/research/scientific-tools-support-sustainable-decision-making>>. Acesso em 31 de maio de 2019.

FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – **Revista Planeta plástico** - julho DE 2019 Yuri Vasconcelos - Edição 281 jul. 2019 / Artigo científico: GEYER, R. et al. *Production, use, and fate of all plastics ever made*. Science Advances. 19 jul. 2017. Disponível em: <<https://revistapesquisa.fapesp.br/2019/07/08/planeta-plastico/>>. Acessado em 3 de agosto 2019.

FERNANDES, K. R.; ZANELLI, J.C. **O processo de construção e reconstrução das identidades dos indivíduos nas organizações**. Rev. adm. contemp., Curitiba, v.10, n.1, mar.,2006.

FERNANDES, Rubem Cesar. **Privado, porém público: o terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FERREL, O. C. **Ética empresarial: dilemas, decisões e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann& Affonso, 2001.

GEYER, R. et al. *Production, use, and fate of all plastic sever made (Produção, uso e destino de todo o plástico já feito) -Planeta plástico* - julho DE 2019 - Edição 281 jul. 2019 / Science Advances. 19 jul. 2017. Disponível em: <<https://advances.sciencemag.org/content/3/7/e1700782>>. Acessado em 5 de agosto 2019.

GRAYSON, David; HODGES, Adrian. **Compromisso social e gestão empresarial**. São Paulo: Publifolha, 2002.

IAMAMOTO, Marilda Vilela. **O Serviço Social na contemporaneidade: trabalho e formação profissional**. São Paulo: Cortez, 1999.

IBOPE INTELIGENCIA - **Desinformação é maior dificuldade para a reciclagem no Brasil (2018)**. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/desinformacao-e-maior-dificuldade-para-a-reciclagem-no-brasil/>>. Acessado em 10 outubro de 2019

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Apenas 13% dos resíduos sólidos urbanos no país vão para reciclagem, 2017.** Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=29296&catid=1&Itemid=7](http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=29296&catid=1&Itemid=7)>. Acesso em 1 de junho de 2019.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Pesquisa sobre pagamento por serviços ambientais urbanos para gestão de resíduos sólidos.** Brasília: Ipea, 2010.

KAPFERER, J. N.; THOENIG, J. C. **La marca: motor da competitividade das empresas e do crescimento da economia.** Madrid: McGraw-Hill, 1991.

KAZA, Silpa et al., A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050. Washington, DC: World Bank Group, 2018. Disponível em: <<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30317>>. Acesso em 30 de maio de 2019.

KORTEN, David C. **Quando as corporações regem o mundo.** São Paulo: Futura, 1996.

KOTLER, P. **Marketing management: Millennium Edition.** 10. ed. EUA: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** São Paulo: Atlas, 1996.

LIMA, Pedro Henrique de Goés; FERREIRA, Tarciana Cardoso; BEZERRA, Yulianne Maria de Siqueira; FEITOSA, Maria José da Silva; GÓMEZ, Carla Regina Pasa. **Consumo consciente: um estudo com estudantes do curso de Administração da Universidade Federal Rural de Pernambuco - Unidade Acadêmica Serra TALHADA.** RACEF – **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace.** v. 6, n. 2, p. 97-108, 2015.

MAGALHÃES, Iliana Márcia Michel. Responsabilidade Social das Empresas e a Ação Política dos Indivíduos e da Sociedade. **Revista de Administração de Empresas,** Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, v. 24, n. 4, out.-dez. 1984, p. 220-225.

MELO NETO, F. P. de, FROES, C. (2001) **Gestão da responsabilidade social: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark.

MMA – Ministério do Meio Ambiente do Brasil, 2012, **Agenda 21 Global**. p. 1. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global.html>>. Acesso em 2 de junho de 2019.

MMA – Ministério do Meio Ambiente do Brasil, 2017, **Consumo Sustentável**. p. 1. Disponível em: <<http://mma.gov.br/component/k2/item/11520-consumo-sustent%C3%A1vel>>. Acesso em 2 de junho de 2019.

MMA – Ministério do Meio Ambiente do Brasil, **AGENDA 2030 – ODS12**, 2017. p. 1. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/component/k2/item/11396-agenda-2030-ods12>>. Acesso em 2 de junho de 2019.

ONU – Organização das Nações Unidas BRASIL, **Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**, 2015. p. 1. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em 2 de junho de 2019.

PARLEY, 2019 **-PARA OS OCEANOS**. Disponível em: <<https://www.parley.tv/#fortheoceans>>. Acessado em 02 novembro de 2019.

PLASTIVIDA - Glossário (2019). Disponível em: <<http://www.plastivida.org.br/index.php/conhecimento/glossario?lang=pt>>. Acessado em 19 outubro de 2019

PNMA, Política Nacional do Meio Ambiente. **Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos LEI Nº 6.938, DE 31 DE AGOSTO DE 1981**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6938.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6938.htm)>. Acesso em 06 de outubro de 2019.

PNRS - Política Nacional de Resíduos Sólidos. **LEI Nº 12.305, DE 2 DE AGOSTO DE 2010**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm)>. Acessado em 06 outubro de 2019.

SANTOS, Marco Aurélio dos. **Poluição do meio ambiente**. Colaboradoras: Alessandra da Rocha Duailibe Monteiro ... [et al.]. - 1. ed. - Rio de Janeiro: LTC, 2017. 24 cm. Inclui índice ISBN 978-85-216-3413-3 1. Engenharia ambiental. I. Monteiro, Alessandra da Rocha Duailibe. II. Título.

SCHULER e MARIA, 2015 - **Gestão da imagem de organizações, marcas e produtos: através do MCI: Método para Configuração de Imagem** / Maria Schuler, Deonir de Toni. – São Paulo: Atlas, 2015.

SEBRAE-MG, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em Minas Gerais. **OS SEGREDOS DAS EMPRESAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO E COMO VOCÊ PODE APROVEITÁ-LOS**, 2017. p. 1. Disponível em: < <http://inovacaosebraeminas.com.br/os-segredos-das-empresas-mais-sustentaveis-do-mundo-e-como-voce-pode-proveita-los/>>. Acesso em 1 de junho de 2019.

SEPARENAOPARE, 2019 –**Movimento separe não pare. É simples. É só começar**. Disponível em: < <http://separenaopare.com.br/>>. Acessado em 01 novembro de 2019.

SILVA, L. P; FADUL, E. **A Produção Científica Sobre Cultura organizacional em Organizações Públicas no Período de 1997 a 2007: um Convite à Reflexão**. RAC, Curitiba, v.14, n.4, art.5, p.651-669, jul./ago, 2010.

SILVA, Pereira Sandro, **A organização coletiva de catadores de material reciclável no brasil: dilemas e potencialidades sob a ótica da economia solidária**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, Brasília: Rio de Janeiro, 2017, p. 48.

SILVA, Reinado Oliveira da, **Teorias da Administração** – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. 5. reimpr. da 1. ed. de 2001. Bibliografia. ISBN 85-221-0234-1. p.6.

SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo**. Tradução: Beth Honorato. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016. xxii, 586 p.

TEIXEIRA, Hélio Janny, **Fundamentos de Administração: a busca do essencial**. Hélio J. T., Sérgio Mattoso Salomão, Clodine Janny Teixeira. – 2. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. il.; 24cm. p. 397.

TOMEI, P. (1984) "A responsabilidade social da empresa: análise quantitativa da opinião do empresariado nacional". **Revista de Administração de Empresas**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 189-202, out./dez.

TONI, D.; LARENTIS, F.; MATTIA, A. Consumo consciente, valor e lealdade em produtos ecologicamente corretos. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 11, n. 3, p. 136-156, 2012.

UNCED - Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1992, CAPÍTULO 4 - **MUDANÇA DOS PADRÕES DE CONSUMO**. p. 1. Disponível em: <[http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/\\_arquivos/cap04.pdf](http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/cap04.pdf)>. Acesso em 2 de junho de 2019.

WWF - Fundo Mundial para a Natureza. **Brasil é o 4º país do mundo que mais gera lixo plástico, 2019**. Disponível em: <<https://www.wwf.org.br/?70222/Brasil-e-o-4-pais-do-mundo-que-mais-gera-lixo-plastico>>. Acesso em 29 de maio de 2019.

WWF - Fundo Mundial para a Natureza. **Solucionar a poluição plástica: transparência e responsabilização**. (Antigo World WildlifeFund), Gland, Suíça. Publicado em março de 2019. p. 50. Disponível em: <[https://promo.wwf.org.br/solucionar-a-poluicao-plastica-transparencia-e-responsabilizacao?\\_ga=2.47405604.227713923.1559562291-2121230472.1559178715](https://promo.wwf.org.br/solucionar-a-poluicao-plastica-transparencia-e-responsabilizacao?_ga=2.47405604.227713923.1559562291-2121230472.1559178715)>. Acesso em 30 de maio de 2019.