**NOVAS TECNOLOGIAS E EDUCAÇÃO AMBIENTAL AO PÚBLICO EXTERNO: ANÁLISE DOS CINCO MAIORES BANCOS BRASILEIROS**

**Silvana de Souza Moraes(1); Gerson Luiz de Moraes(2) ; Rosane Aparecida Gomes Battistelle(3)**

(1)Faculdade de Engenharia de Produção – UNESP – Bauru / SP, Mestranda em Engenharia de Produção. Bauru, SP, Brasil. [sil1303.moraes@gmail.com](mailto:sil1303.moraes@gmail.com). (14) 99616-0727. Avenida Engenheiro Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01. Bauru\SP;

(2)Faculdade de Ciências e Letras – UNESP – Assis / SP, Mestrando em Letras. Assis, SP, Brasil. [gerson459@gmail.com](mailto:gerson459@gmail.com). (14) 99770-2963. Avenida Dom Antônio, 2100 - Parque Universitário, Assis – SP.

(3)Faculdade de Engenharia Civil – UNESP – Bauru / SP, Professora pesquisadora. Bauru, SP, Brasil. [rosane@feb.unesp.br](mailto:rosane@feb.unesp.br). (14) 3103-6108. Avenida Engenheiro Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01. Bauru\SP;

**RESUMO –** O objetivo deste artigo é analisar a existência ou não de ofertas de cursos referentes ao tema meio ambiente nos sites dos cinco principais bancos brasileiros. Para isto foi realizada a revisão de literatura sobre gestão ambiental, educação ambiental empresarial e novas tecnologias aplicadas em educação além de visita aos sites dos bancos público-alvo do estudo para a coleta de dados que atendessem ao objetivo proposto. Os resultados mostraram que, mesmo havendo divulgação de compromisso com a sustentabilidade em todos os sites visitados, a oferta de cursos sobre a temática ambiental para o público externo ocorre em apenas dois dos cinco bancos analisados, assim como cursos em outros temas como a educação financeira.

**Palavras-chave:** Educação ambiental. Bancos. Público externo. Novas tecnologias.

**Introdução**

A grande preocupação ambiental trazida pela escassez dos recursos naturais como água e petróleo, fez com que legislações mais rígidas fossem implantadas em todo o mundo, obrigando empresas, governos e sociedade a agirem de modo mais responsável para com o meio ambiente. As empresas que querem se manter competitivas no mercado passaram a adotar práticas operacionais e de gestão visando minimizar seus impactos negativos ao meio ambiente, comunicando estas práticas aos seus *stakeholders*. González-Benito e González-Benito (2006) identificaram três conjuntos de práticas ambientais, sendo elas o planejamento e organização (que refletem o grau de desenvolvimento e implantação de um sistema de gestão ambiental), práticas operacionais (divididas naquelas relacionadas a produtos e as relacionadas a processos) e práticas comunicacionais (que são as práticas de comunicação ao ambiente social e institucional das ações em favor do meio ambiente). Atualmente, as práticas comunicacionais são executadas pelas organizações a partir de documentos como o Relatório de Sustentabilidade, além de divulgação dos projetos executados por meio dos sites institucionais. Sarkis et al. (2010) analisou a influência dos *stakeholders* na adoção das práticas ambientais de uma empresa, concluindo que estes tem grande influência nesta adoção. Para Svendesen (1998), os *stakeholders* são todas as pessoas ou “partes interessadas”. Aqueles que mais se relacionam com a empresa são chamados primários (acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidade e meio ambiente) e os que não são diretamente influenciados ou atingidos pelas ações empresariais, os secundários (mídia e os grupos de pressão). Já Vassallo (2000, p. 9), afirma que no novo ambiente de negócios do mundo contemporâneo, os interesses dos acionistas dividem espaço com as demandas da comunidade e dos clientes, funcionários e fornecedores.

Para Hourneaux Junior et al. (2005) os ganhos empresariais com a atenção aos stakeholders podem ser traduzidos no fortalecimento da imagem organizacional, na fidelidade à marca e ao produto, no acesso a novos mercados e capitais, no maior empenho e motivação dos funcionários em produzir, na diminuição de conflitos, no retorno publicitário, no retorno financeiro para os acionistas e investidores, na capacidade de recrutar e de manter talentos e, por fim, em ganhos sociais, pelas mudanças de comportamento da sociedade. Afirma também que as empresas tem buscado interagir de forma dinâmica com o público externo, buscando o envolvimento das partes interessadas, por meio de disponibilização de cursos ao público externo para formação da comunidade em relação a temas relacionados a suas atividades produtivas.

Eboli (2004) afirma que os públicos internos e externos são considerados quando as organizações reforçam, em suas iniciativas de educação corporativa, os princípios de sucesso como conectividade, disponibilidade, cidadania, parcerias internas e parcerias externas. Para esta nova educação contemporânea, as novas tecnologias são ferramentas essenciais, pois como afirmam Rodrigues e Colesanti (2008) , nas sociedades contemporâneas a tecnologia vai ocupando cada vez mais um lugar de destaque na organização das práticas sociais, gerando efeitos em todo o universo social e criando dinâmicas diferenciadas onde o conhecimento passa a tomar um lugar central.

Diante da importância da questão ambiental algumas empresas estão investindo, além da formação dos funcionários, também na formação ambiental do público externo, utilizando para isso as novas tecnologias da informação e comunicação. Silva (2002) observa que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) estão presentes ao longo de todo o processo de desenvolvimento humano, considerando tecnologia de informação toda configuração comunicativa que utiliza como apoio as tecnologias disponíveis no seu contexto histórico.

Rodrigues e Colesanti (2008) afirmam que em relação à Educação Ambiental, o uso das novas tecnologias de informação e comunicação representa um avanço, já que a integração da informática e dos multimeios propiciam a sensibilização e o conhecimento de ambientes diferenciados e dos seus problemas intrínsecos, por mais distantes espacialmente que estejam. Afirmam ainda que a virtualidade nesse sentido pode representar um novo esforço na construção e incorporação de conhecimentos ambientais por meio de estratégias mais atrativas de comunicação.

Moran (2001) analisou os recursos de mídia utilizados em cursos de educação ambiental em sites de educação ambiental, sobre os quais concluiu que eram predominantemente, carregados de informações e textos, com linguagem ainda bastante formal, e destinada a para quem já conhece o assunto e com formação avançada, com poucos recursos avançados para a época, apresentando um grupo falando para os demais, como porta-vozes, de comunicação unilateral, sem muito interação. Os temas centravam-se em natureza, no desmatamento, na flora e na fauna, faltando uma visão mais política, mais abrangente e estrutural da questão ambiental. Para Rodrigues e Colesanti (2008), as novas tecnologias implicam mudanças nas atitudes, valores e comportamentos, nos processos mentais e perceptivos, necessitando novos métodos educacionais aderentes às necessidades das novas gerações, já que o processo educacional é um ato comunicativo e se não há sintonia não há comunicação.

A figura I mostra a relação entre os temas meio ambiente, educação, novas tecnologias e stakeholders tratadas neste artigo.

Figura 1 – Relação de interdependência entre os temas tratados neste artigo.

Fonte: Elaborada pelos autores.

Entendendo que existe forte interação entre os elementos apresentados na figura I e diante da relevância do tema educação ambiental empresarial para público externo e o uso das novas tecnologias para este fim, este trabalho tem como objetivo analisar os sites dos cinco maiores bancos brasileiros (FEBRABAN, 2014), analisando as informações disponíveis sobre projetos de sustentabilidade e a disponibilização ou não de cursos ao público externo relacionados ao tema Meio ambiente.

**Material e Métodos**

Este trabalho teve início com pesquisa em bases de dados científicos sobre os temas gestão ambiental, educação ambiental empresarial e novas tecnologias aplicadas em educação. Definiu-se como público-alvo desta investigação os cinco maiores bancos brasileiros (FEBRABAN, 2014), por sua relevância na economia do país e pelo fato de que mantém comunicação constante com a sociedade e interação via internet com seus clientes. Para verificar se os bancos oferecem ou não ao público externo algum tipo de curso voltado à educação ambiental realizou-se a visita aos sites das empresas pesquisadas, verificando-se a disponibilidade de oferta de cursos voltados ao tema, a forma de acesso e os temas abordados. Para a realização da pesquisa foram escolhidos os cinco maiores bancos brasileiros, em número de depósito total, conforme dados divulgados em setembro de 2014 pela FEBRABAN, assim identificados neste trabalho: Banco A, Banco B, Banco C, Banco D, Banco E. Na visita aos sites, verificou-se que todos apresentam a aba sustentabilidade, que traz a descrição de projetos desenvolvidos na área, após acessar estas informações foi verificado especificamente os conceitos, projetos e ações que envolviam o meio ambiente e a existência ou não de cursos oferecidos ao público que acessa o portal, especialmente os que tratam do tema meio ambiente.

**Resultados e Discussão**

Os bancos analisados possuem reconhecimento externo de suas ações ambientais conforme descrito abaixo:

**Banco A:**

Banco de economia mista, está listado entre as 100 melhores empresas de Cidadania Corporativa em 2014, realiza inventário de suas emissões (escopo do consumo de combustíveis fósseis utilizados nos geradores próprios de energia, do volume de energia elétrica adquirida das concessionárias e dos deslocamentos aéreos de funcionários por necessidade de serviço) e por este recebeu Selo ouro+ Inventário GEE. É listada no Índice Dow Jones de Sustentabilidade e Índice de Sustentabilidade Empresarial Bovespa – ISE, além de ser Empresa Amiga da Criança - Fundação Abrinq. Possui sistema de Gestão Ambiental implantado que é externalizado por meio do Programa de Ecoeficiência, possui certificação ISO 14001 em um de seus prédios, constando de sua Agenda 21 a meta estratégica de buscar novas certificações em prédios de todo o país.

O Programa de Ecoeficiência foi lançado em janeiro de 2006 e tem como uma de suas bases os “3Rs” – Reduzir, Reutilizar e Reciclar - tendo como objetivos a disseminação desta cultura e prática entre os funcionários e os públicos de relacionamento, melhoria de processos para reduzir o consumo e o desperdício de insumos, destinação adequada dos resíduos gerados (conforme Decreto 5.940/06, Lei 12.305/10 e Agenda 21 empresarial), integração da ecoeficiência na política de compras; desenvolvimento de ferramentas de acompanhamento e monitoramento, capacitação de funcionários e formação de educadores para a promoção e a disseminação do programa na empresa. As ações de educação ao público externo iniciaram-se em 2009, com lançamento do jogo educacional Projeto Bate-Bola Financeiro, com 3 níveis de dificuldade, que ensina os princípios de finanças pessoais aos jogadores. Em 2010, foi lançada a página de Educação Financeira, oferecendo orientações e dicas de planejamento financeiro e de investimento. É composta de jogos virtuais, cartilhas e vídeos. Na página principal da instituição também há um link para a Universidade Corporativa da instituição que oferece ao público externo os cursos Saúde Financeira, Planejamento Financeiro Pessoal e Introdução à ação voluntária.

Os cursos referentes ao tema meio ambiente são disponibilizados por meio do link do Programa Água Brasil que é uma parceira da instituição com o Ministério do Meio Ambiente e WWF para desenvolver projetos socioambientais em 14 microbacias, distribuídas em Unidades Hidrográficas de Gerenciamento de Recursos Hídricos, nos biomas Pantanal/Cerrado, Mata Atlântica, Amazônia, Caatinga e Pampa. As atividades educacionais são em forma de jogos, filmes de ações ambientais, dicas de conservação da água, disponibilização de imagens para facebook.

**Banco B:**

Banco público, assinou o Pacto Global (julho de 2000), Princípios do Equador (2009), Protocolo Verde (1995), é signatário do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo, possui Compromisso Corporativo no Enfretamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes​. Divulga como princípios a responsabilidade, transparência, comportamento ético. Declara que por meio da Gestão participativa promove a participação dos seus públicos de relacionamento, em especial os empregados, nas operações fundamentais da organização: planejamento, avaliação e controle, com o objetivo de viabilizar melhor desempenho e competitividade para alcance da sustentabilidade da empresa, atuando de forma a minimizar riscos e potencializar os impactos positivos ao meio ambiente em todas as suas atividades, acreditando na compatibilidade entre lucratividade e sustentabilidade social e ambiental; declara que busca influenciar sua cadeia produtiva para a adoção de sustentabilidade nos seus negócios a fim de beneficiar a sociedade e o meio ambiente.​

Por meio de sua universidade corporativa oferece ao público externo cursos online, ou download para cursá-los off-line nos temas Inovação, Pequenos Negócios e Empreendedorismo, Microfinanças, Informações Básicas Sobre Crédito, Remessa do Exterior, Produtos e Serviços Bancários, Planejamento Financeiro Familiar, Fundamentos da Educação Financeira, Coleta Seletiva Solidária, esta última tendo como objetivo trazer informações para reflexão sobre hábitos para motivação a mudança, por atitudes que terão efeitos diretos no melhor uso dos recursos naturais, na diminuição da produção de resíduos e na conservação do meio ambiente.

**Banco C:**

Instituição privada, possui programa de ecoeficiência implantado, visando a diminuição do consumo de água e energia, utilizando em obras e reformas materiais de maior ganho energético efetuando a gestão de custos, e investindo em mudanças de atitude dos gerentes e colaboradores. A empresa possui o Programa Contador de Sustentabilidade que constitui que a cada contrato de câmbio assinado digitalmente é contabilizada a quantidade de folhas de papel poupadas e a emissão de gases de efeito estufa evitada na produção dessas folhas. No Programa TI Verde estimula o desenvolvimento de novas tecnologias e a otimização de equipamentos e softwares, buscando a economia no uso de recursos. Desde 2009, realiza o inventário de emissão de gases de efeito estufa (GEEs) de acordo com o GHG Protocol.

São disponibilizados no site do banco dicas de livros, filmes e sites sobre o tema meio ambiente, porém não há nenhum curso disponível para a comunidade.

**Banco D:**

Listado no ISE Bovespa e Carbono eficiente. Realizou entre 2006 a 2014 o Programa de Papa-pilhas que consistia na coleta de pilhas, baterias, celulares e acessórios. Afirma atuar no tema governança climática por meio das dimensões inventário, redução, compensação, negócios de carbono, articulação e transparência. Já na aba sustentabilidade existe um link com o tema Educação, que ao ser acessado aparecem negócios voltados à educação (financiamentos). No site da instituição há menção à educação e meio ambiente nos resultados apresentados por meio de um gráfico que demonstram ações sobre sustentabilidade, meio ambiente e educação para o público interno. Não há no site nenhum curso disponível ao público externo sobre o tema meio ambiente ou quaisquer outros temas.

**Banco E:**

Adota os indicadores econômicos e socioambientais do Índice Dow Jones de Sustentabilidade, do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE, da BM&FBovespa) e do Índice Carbono Eficiente (BM&FBovespa), bem como da Global Reporting Initiative (GRI), e do Protocolo Verde. Signatário dos Princípios do Equador desde 2004, é um dos membros fundadores da Empresas pelo Clima (EPC). Adota o CDP e o CDP Supply Chain, desde 2006 e 2008, respectivamente, visando divulgar informações relacionadas ao tema de Mudanças Climáticas aos stakeholders, principalmente investidores. Tem implantado o Programa Gestão da Ecoeficiência cujo objetivo é reunir ações e metas dentro das temáticas papel, água, energia elétrica, plástico, emissões de GEEs e geração de resíduos, adota também o programa TI verde. A empresa afirma adotar a Avaliação socioambiental na concessão de crédito, nos investimentos e de fornecedores.

A aba sustentabilidade aparece no mapa do site e direciona a produtos e serviços como para aquisição ligados à acessibilidade, aquecedor solar e fundos que investem em ações de companhias pertencentes ao Índice de Sustentabilidade Empresarial. Não há nenhum curso disponibilizado ao público externo nesta área.

O quadro I mostra quais bancos oferecem cursos ao público externo, a forma de oferta dos mesmos e os temas tratados.

Quadro I: Cursos oferecidos ao público externo relacionados ao Meio Ambiente.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Bancos | Cursos ao público externo | Formas de oferta | Temas |
| Banco A | Sim | Página Água Brasil  Universidade Corporativa  Página Educação Financeira | Meio ambiente;  Planejamento Financeiro;  Voluntariado |
| Banco B | Sim | Universidade Corporativa | Inovação; e Empreendedorismo; Planejamento Financeiro;  Meio ambiente |
| Banco C | Não | Apenas dicas de livros, filmes e sites sobre o tema meio ambiente. |  |
| Banco D | Não |  |  |
| Banco E | Não |  |  |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os bancos analisados possuem reconhecimento externo de suas práticas ambientais favoráveis ao meio ambiente por meio de certificações, assinatura de pactos, implantação de sistemas de gerenciamento, ser listado em índices ambientais nas bolsas de valores, instituição de processos e criação de produtos/serviços com requisito ambiental. Estas práticas segundo González-Benito e González-Benito (2006) são identificados em três conjuntos sendo eles o planejamento e organização (desenvolvimento e implantação de um sistema de gestão ambiental), práticas operacionais relacionadas a produtos e relacionadas a processos e práticas comunicacionais demonstram ao ambiente social e institucional as ações em favor do meio ambiente.

Embora todas as instituições analisadas afirmarem por meio de seus sites o compromisso com o meio ambiente e programas de sustentabilidade, principalmente relacionados ao conceito de ecoeficiência, que é um instrumento utilizado para a análise da sustentabilidade, indicando uma relação entre as atividades econômicas e o custo ambiental ou o valor do impacto ambiental gerado (HUPPES e ISHIKAWA, 2005), apenas duas das cinco organizações estudadas apresentavam ofertas de cursos ao público externo, porém, é interessante observar que mesmo colocando o conceito de ecoeficiência como orientador das políticas ambientais empresariais o Banco A, além de cursos na área econômica e ambiental apresenta também curso na área social com o tema voluntariado. No Banco B os cursos referem-se à área financeira e ambiental. Já nos Bancos C, D e E não há oferta de cursos em nenhum dos temas relacionados à sustentabilidade ou mesmo outros temas.

A ausência da oferta de cursos por três das cinco empresas estudadas, contrapõe-se à importância dos diversos stakeholders apresentada nos estudos de Sarkis et al. (2010) e Vassallo (2000) e os ganhos obtidos por esta atenção a todos os públicos de relacionamento apresentados por Hourneaux Júnior (2005).

Comparando-se ao estudo realizado por Moran (2001) percebe evolução na maneira com que os temas são tratados, percebendo-se uma visão mais crítica e participativa nos cursos disponíveis, assim como a evolução nas ferramentas utilizadas. Isto pode ser explicado pelo fato de que a tecnologia ocupa cada vez mais um lugar de destaque na organização das práticas sociais, tornando-se importante ferramenta de ensino aprendizagem, como afirma Silva (2002), possibilitando a construção e incorporação de conhecimentos ambientais de forma atrativa (RODRIGUES e COLESANTI, 2008).

**Conclusões**

O estudo analisou o site dos cinco maiores bancos brasileiros observando a disponibilização ou não de cursos relacionados ao tema Meio ambiente em sua página na internet. Concluiu-se que desta amostra apenas dois disponibilizam cursos ao público externo, usando para isso sua Universidade corporativa e links a sites parceiros. Diante do resultado alcançado, fica clara a necessidade de maior relacionamento com o público externo por meio de ofertas de cursos por parte de três dos cinco bancos analisados, assim como o Banco B poderá aprimorar sua divulgação dos temas na área de sustentabilidade por meio de cursos também na área social.

A crise ambiental no mundo reflete os modelos de sociedade e de produção e consumo predominantes, porém uma nova forma urge ser incorporada, devido às crises ambientais que se instalam em diversas partes do mundo, inclusive no Brasil, destacando-se a crise hídrica que o país enfrenta, mesmo tendo em seu território importantes bacias hidrográficas. Há necessidade de disseminação de novas ideias e ações que indiquem para uma sociedade mais comprometida com o ambiente da qual faz parte. Neste contexto, as empresas, como detentoras de recursos avançados no campo das novas tecnologias, devem comprometer-se com seus *stakeholders* no sentido de informar e formar para a atitudes ambientalmente corretas, por meio de novos saberes e conhecimentos, investindo parte de seus lucros na formação ambiental externa, incluindo-se aí seus atuais e futuros clientes.

**Referências Bibliográficas**

ÁGUA BRASIL. Blog do Programa Água Brasil. Disponível em <<http://bbaguabrasil.com.br/#modal-todo-dia-e-dia-da-agua>> Acesso em 28 jan. 2015.

BANCO BRADESCO. Site institucional. Disponível em <<http://bancodoplaneta.com.br/site/>>. Acesso em 28 jan. 2015.

BANCO DO BRASIL. Site institucional. Disponível em <<http://www.bb.com.br/portalbb/home29,8305,8305,1,0,1,6.bb> >. Acesso em 28 jan. 2015.

BANCO ITAÚ. Site institucional. Disponível em <<https://www.itau.com.br/sustentabilidade/>>. Acesso em 01 fev. 2015.

BANCO SANTANDER. Site institucional. Disponível em <<http://sustentabilidade.santander.com.br/pt/Paginas/default.aspx>>. Acesso em 30 jan. 2015.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. Site institucional. Disponível em <<http://www.caixa.gov.br/sustentabilidade/Paginas/default.aspx>>. Acesso em 30 jan. 2015.

EBOLI, M. Educação Corporativa no Brasil: Mitos e Verdades. São Paulo: Gente, 2004.

FEBRABAN, 2014. Disponível em <<http://www4.bcb.gov.br/fis/TOP50/port/Top50P.asp>>. Acesso em 25 jan. 2015.

GONZÁLEZ-BENITO, J.;GONZÁLEZ-BENITO, O. A review of determinant factors of environmental proactivity. Business Strategy and the environmental, v. 15, p. 87-102, 2006.

HOURNEAUX JÚNIOR, F. IVANOFF, G.B, EBOLI, M. P., MANCINI, S. A Participação das partes interessadas na concepção dos sistemas de educação corporativa no Brasil. 2005. Disponível em < <http://www.educor.desenvolvimento.gov.br/public/arquivo/arq1229431862.pdf>>. Acesso em 07 fev. 2015.

MORAN, J. A Educação Ambiental na Internet. Avaliando a Educação Ambiental no Brasil, organizado por Rachel Trajber e Larissa Barbosa da Costa. São Paulo: Peirópolis – ECOAR, 2001, páginas 99-138.

RODRIGUES, G. S. S. C. ; COLESANTI, M. T. M. Educação ambiental e as novas tecnologias de informação e comunicação. Sociedade & Natureza, Uberlândia, n.20, v.1, p. 51-66, 2008.

SARKIS, J.; GONZALEZ-TORRE, P.; ADENSO-DIAZ, B. Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training. Journal of Operations Management, v. 28, n.2, p. 163-176, 2010.

SILVA, B. D. A inserção das tecnologias de informação e comunicação. Repercussões e exigências na profissionalidade docente. In: MOREIRA, A. F. B.; MACEDO, E. F. Currículo, Práticas Pedagógicas e Identidades. Portugal: Porto Ed., 2002. p. 65-91.

SVENDSEN, A. The stakeholder strategy: profiting from collaborative business relationships. EUA, São Francisco: Berrett-Koehler Publisher, 1998.

VASSALLO, C. Um novo modelo de negócios, Revista Exame: guia de boa cidadania corporativa. São Paulo: Editora Abril, n. 728, p. 8-11, 2000.