

A Comunicação Ambiental em uma organização pública: o caso da empresa Furnas¹

Lorena Altomar Racero

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio
Departamento de Comunicação - Bacharelado em Jornalismo

Resumo

O objetivo deste trabalho é entender como organizações públicas desenvolvem suas estratégias de comunicação ambiental. Para fins de estudo, será utilizado como objeto de pesquisa o trabalho desenvolvido em Furnas Centrais Elétricas, empresa de energia elétrica que emprega a comunicação organizacional alinhada às práticas ambientais. A metodologia utilizada é a pesquisa qualitativa, a partir de entrevistas em profundidade e análise de documentos. Os resultados obtidos na pesquisa apontam a necessidade de uma área de gestão ambiental, para tratar da conscientização e dar transparências às ações desenvolvidas em prol do meio ambiente aos seus públicos de interesse.

Palavras-chave: Comunicação Ambiental; Comunicação Pública; Comunicação Organizacional; Sustentabilidade.

1. Introdução

Esta é uma pesquisa da área da comunicação, vinculada ao campo de estudos da comunicação organizacional, que tem como interesse as iniciativas de comunicação ambiental promovidas por empresas públicas do setor de energia do Brasil. De forma mais específica, a pesquisa pretende examinar algumas das estratégias de comunicação ambiental, orientadas à conscientização e à defesa da sustentabilidade em Furnas Centrais Elétricas. Dentro desse contexto, surge o questionamento: de que forma as organizações públicas brasileiras desenvolvem seus posicionamentos ambientais nas estratégias de comunicação?

A comunicação ambiental é a maneira de divulgar questões relacionadas como meio ambiente e não pode ser vista como um marketing da empresa para atender às demandas do mercado (SANTOS, 2017). Ainda segundo Santos (2017), é uma

¹Artigo derivado de Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Jornalismo, orientado pela professora Luciana Azevedo Pereira, entregue em dezembro de 2022.

oportunidade de melhorar as questões ambientais do país e, conseqüentemente, gerar mais visibilidade e credibilidade diante de seus *stakeholders*.

Os problemas ambientais provenientes das organizações impactam cada vez mais os consumidores, causando danos maiores à imagem institucional. Por isso, ao tratar de informações que podem ter repercussão negativa, como é o caso dos impactos ambientais, a organização precisa se cercar de alguns cuidados. Estabelecer uma comunicação ambiental eficaz, em consonância com programas e normas de gestão ambiental, permite um diálogo muito mais transparente sobre produtos, processos e resultados (DELVECCHIO DE LIMA et al, 2015).

A razão central deste trabalho é aprofundar uma reflexão sobre as iniciativas de responsabilidade corporativa. Contribuir para este entendimento é relevante porque a sustentabilidade corporativa não é apenas uma obrigação social e ambiental, mas também ajuda as organizações a fornecerem um posicionamento positivo aos consumidores. O desenvolvimento sustentável empresarial contempla uma série de ações de grande importância na tomada de decisões estratégicas para uma empresa. O objetivo é criar um futuro em que toda a cadeia produtiva continue operando sem causar impactos negativos ao meio ambiente (SACHS, 1986).

É pela ótica da comunicação que se torna possível entender a cultura de uma organização, além de captar a lógica das relações internas, para melhor compreender seus sucessos e fracassos, e as facilidades ou dificuldades provenientes das mudanças em seus processos ao longo do tempo (CURVELLO, 2012). Desse modo, o trabalho problematiza, por meio de referências concretas, de que forma organizações que causam grandes impactos ao meio ambiente adotam esforços de comunicação ambiental.

As demandas atuais dos consumidores exigem foco na responsabilidade do meio ambiente e, para isso, foram criados alguns selos de sustentabilidade. Eles certificam empresas que seguem diretrizes orientadas para a redução dos impactos ambientais. Algumas das certificações são a Ecocert, ISO 14001 e a Procel Edifica. Além de promover a utilização de métodos sustentáveis, os selos são uma estratégia de negócio, permitindo redução de custos e mais visibilidade.

A conscientização de toda a sociedade e das empresas só foi possível diante de uma abordagem massiva dos problemas ambientais pelos meios de comunicação

(SMITH, 2012). A partir daí, a população passou a cobrar por mudanças ambientalmente corretas das empresas e por mais transparência, além de discutir experiências organizacionais críticas.

Esta pesquisa tem como objeto central as iniciativas de comunicação ambiental da Furnas Centrais Elétricas, e espera contribuir para uma reflexão mais ampla sobre o fenômeno. As metodologias utilizadas são as entrevistas em profundidade com especialistas da área e a análise de documentos específicos sobre os assuntos tratados, a saber: Relatório Anual de 2021; Relatório 2021 do Programa de Educação Ambiental da Usina Hidrelétrica de Luiz Carlos Barreto de Carvalho e Relatório 2021 do Programa de Comunicação Social da Linha de Transmissão Mascarenhas-Linhares.²

2. Comunicação Ambiental no Contexto das Organizações Públicas

A partir do processo da globalização e do surgimento de novas tecnologias, as empresas necessitaram de comunicação para o sucesso. O papel do comunicador em empresas que buscam a valorização de sua imagem é multifacetado e, por isto, observa-se a necessidade de uma comunicação organizacional integrada (KUNSCH, 2009). A comunicação organizacional seria um subcampo dentro do campo da comunicação (MUMBY, 2009). Surgiu com o objetivo de a empresa reforçar sua imagem perante o público de interesse, por meio de qualquer ação, produto ou estratégia tomada. Ela se tornou fundamental para gerar resultados.

Para Mumby (2009), o processo da comunicação organizacional deixou de ser somente a análise crítica das organizações e passou a olhar a empresa sob um viés humano, em que não são robôs que trabalham, e sim a interação entre essas pessoas é que gera o resultado. A partir de 1980, há um avanço no processo das pesquisas e acabam incorporando novos métodos de análise. (KUNSCH, 2009). Segundo Kunsch (2002), a comunicação organizacional é a junção de quatro tipos: a administrativa, interna, mercadológica e a institucional. A comunicação administrativa é assim definida por Kunsch: "é aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas; é a que permite viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e

²Acervo Furnas Centrais Elétricas.

redes.”(KUNSCH,2002,p. 152).

A comunicação interna, segundo Kunsch (2002), é a interação entre a organização e seus empregados, para que haja harmonia. O foco, então, está no bem coletivo, com a participação ativa dos funcionários da empresa. Comunicação mercadológica é qualquer ação realizada com o intuito de divulgação de produtos e serviços da empresa. Já a comunicação institucional é a parte que atua no lado público da empresa para construir a personalidade em linha com a missão, visão e valores da organização.

O conceito de Comunicação Pública foi considerado uma evolução da Comunicação Governamental e seria a construção da imagem organizacional. A Comunicação Pública é um termo que envolve a cidadania. A comunicação pública assumiria a responsabilidade de priorizar a cidadania acima de tudo, estimulando a transparência, a participação e o acesso a informações de interesse público. Duarte (2009) propõe quatro eixos que considera centrais da comunicação pública: 1) transparência, ao abordar as questões de interesse público; 2) acesso: garantir aos cidadãos facilidade na obtenção de informações relevantes; 3) interação: criar mecanismos de aproximação que estimulem a participação cidadã e 4) ouvidoria social: governo precisa saber a opinião pública, ter conhecimento das demandas para poder corresponder às exigências dos cidadãos.

A comunicação pública continua sendo um desafio, pois grande parte da população ainda não consegue receber com facilidade as informações, seja por falta de acesso ou de renda. “Poucas instituições discutem a formalização de uma política de comunicação que faça avançar suas possibilidades de contribuir para o fortalecimento e avanço das políticas públicas.”(DUARTE, 2007, p.2). Os profissionais de comunicação possuem, portanto, o poder de trazer à esfera pública as informações necessárias para que não somente assimilem, mas também que possibilitem um debate entre o cidadão e aquele que atua em prol do benefício coletivo.

O meio ambiente é um direito fundamental garantido pela Constituição Federal, como integrante da ordem social (Art. 225), e como princípio de fundamento da ordem econômica (Art.170,VI). A Constituição de 1988 estabeleceu, ainda, o dever conjunto, entre a sociedade e o Poder Público, para a proteção e preservação ambiental a fim de garantir recursos essenciais para a presente e futuras

gerações. A sustentabilidade surge como um dos principais meios de se atingir este objetivo, conciliando o desenvolvimento econômico, social e a proteção ambiental. A Rio-92, Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, sediada no Rio de Janeiro em 1992, e apontada como marco na mudança de comportamento ambiental, apresentou uma maior exposição dos problemas que o planeta já enfrentava e suas projeções futuras.

Vinte anos depois, em 2012, o compromisso assumido na Rio-92 foi renovado. Mais uma vez, a cidade do Rio de Janeiro foi sede de debates sobre o desenvolvimento sustentável na Conferência Mundial Rio+20. Nesta, foram avaliados os progressos e as lacunas na implementação de decisões adotadas pelas principais lideranças sobre o assunto, além de tratar novos temas. Em 2015, novamente questões sobre desenvolvimento sustentável foram discutidas, culminando na adoção da chamada Agenda 2030³.

A comunicação ambiental tenta desenvolver técnicas para divulgar as ações que sejam sustentáveis e que visam a defesa do meio ambiente, e orienta como determinada empresa vai se comportar em relação a elas (MORALES, 2014). Ela não tem o propósito de somente informar, mas traz um viés educativo para as questões ambientais, com objetivo de desenvolver uma mentalidade de conservação do meio ambiente. São três vertentes: contribuir para o conceito de sustentabilidade; divulgar o comprometimento com os valores de equidade, justiça social e liberdade, promovendo a conscientização da sociedade para os riscos do consumo não consciente, do desperdício de riquezas naturais e da desigualdade social, e a comunicação sustentável, que deve ser realizada com determinação, não tolerando a injustiça cometida por indivíduos ou organizações (MORALES, 2014).

Para difundir as políticas ambientais organizacionais em todos os níveis hierárquicos, como um processo sistemático estratégico, a comunicação interna deve estar em acordo com o planejamento estratégico da organização. Sendo assim, a comunicação dos princípios e ações internas da organização configura-se como uma ferramenta de educação ambiental junto aos *stakeholders*, incentivando a adoção de práticas sustentáveis e propiciando uma imagem empresarial positiva (GONZAGA, 2005).

³ Plano de ação global das Organizações das Nações Unidas que reúne 17 objetivos de desenvolvimento sustentável e 169 metas em prol das pessoas, do planeta e para a prosperidade.
<https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>

Jurin et al (2010, p.14) consideram que o termo contempla todas as formas de relações que “compõem a discussão social, o debate sobre questões e problemas ambientais, bem como o nosso relacionamento de natureza não humana”. Já para Bueno (2007, p.30), este termo significa “todo conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental”. São peças de comunicação, como folhetos e cartazes, campanhas publicitárias, palestras, manifestações, vídeos, filmes e livros sobre temas ambientais.

A comunicação, segundo Marandola Jr.(2009), atenta às questões ambientais, tem potencial de agir de forma eficaz nas três fases relacionadas aos problemas socioambientais: a prevenção (o que fazer para evitar os problemas), a mitigação (para reduzi-los ou remediá-los) e a adaptação (relacionada ao que pode ser feito depois que o problema não pode mais ser evitado nem remediado). Assim, o grande desafio colocado para as organizações encontra-se no fator globalização e seus derivados, convivendo com mudanças impostas de maneira tão brusca e por vezes agressiva, que denotam um mercado dinâmico e extremamente complexo e competitivo. Por isso, a globalização deve lidar simultaneamente com o exercício de cidadania e civilidade dos indivíduos, aliando ao capital as inovações da contemporaneidade, fazendo com que isso se reflita de maneira benéfica nos valores e na ética de cada um e da organização como um todo (BRITO et al,2021).

A sustentabilidade é vista como um fator primordial nas decisões dentro das organizações, é cada vez mais valorizada e discutida no ambiente corporativo, com importância até mesmo nas Bolsas de Valores mundiais, o que faz as ações de organizações sustentáveis serem mais rentáveis que de empresas não tão preocupadas com esta questão, que já passou do nível de relevante para essencial. Acreditava-se que as organizações tinham que escolher entre construir um mundo mais sustentável ou obter ótimos resultados financeiros. Na realidade, as empresas descobriram que adotar medidas de cuidado com o meio ambiente, responsabilidade social e melhores práticas de governança contribui para o seu balanço econômico-financeiro (BRITO et al,2021).

O tripé da sustentabilidade, conhecido pelas letras ESG, sigla em inglês para “*environmental, social and governance*”(ambiental, social e governança, em português), resume as boas práticas adotadas. Substituiu o fator econômico para o termo governança corporativa, amplia a visão e não somente engloba o resultado

comercial, mas também a transparência nesta divulgação, os comitês de auditoria, a conduta corporativa e o combate à corrupção.

Segundo Costa (2021,p.5), "os caminhos que a comunicação encontra para atuar nesse ramo da sustentabilidade são desafiadores, pois são novidades que devem ser testadas, usadas e acertadas ao mesmo tempo". O autor afirma que a divulgação da comunicação da responsabilidade socioambiental que cada empresa venha a fazer está dentro das principais atividades que devem ser desenvolvidas pelo setor de comunicação.

Todos os anos, relatórios e guias são apresentados à sociedade, nos quais se demonstram índices, pautas, metas e objetivos sustentáveis elaborados e desenvolvidos pela companhia, nos quais se pode observar até que ponto é realizada uma comunicação na gestão da sustentabilidade realmente. As informações ESG são essenciais para a tomada de decisões dos investidores. Os critérios ESG estão totalmente relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável⁴, realidade nas discussões no mercado de capitais. Os relatórios de sustentabilidade são a principal ferramenta de comunicação do desempenho social, econômico e ambiental das organizações corporativas. O mais utilizado pelas grandes empresas é o *Global Reporting Initiative* (GRI), com perguntas padrão que ajudam a embasar decisões a respeito da sustentabilidade empresarial, avaliando se os esforços são válidos e no que é possível investir (CEBDS, 2017). Este relatório é o que se destaca no cenário atual em questões de abrangência internacional e foco na sustentabilidade, sendo o principal instrumento de comunicação aos *stakeholders* sobre o desempenho das empresas em relação aos aspectos econômicos, sociais e ambientais.

3. Sistema de Gestão Ambiental

O Sistema de Gestão Ambiental é uma estrutura organizacional formada por um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma empresa, de forma a obter a gestão mais eficaz sobre os impactos ambientais de suas atividades, segundo conceito definido pela NBR ISO 14001. A comunicação ambiental faz parte

⁴ Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), listados na Agenda 2030, são um plano global da Organização das Nações Unidas que visam à erradicação da pobreza e o cuidado com o meio ambiente. <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

tanto do Sistema de Gestão Ambiental quanto das atividades genéricas de comunicação organizacional e deve estar em linha com ambos para garantir consistência e coerência com as políticas, estratégias, os programas ou as ferramentas de uma organização. Segundo Dias(2017), dentro do nível estratégico no qual as empresas devem instituir processos de comunicação ambiental, os fatores devem ser divididos em dois grandes pilares: identificação e avaliação com atendimento das demandas dos *stakeholders* e gerenciamento da informação de múltiplas vias.

Há diversos caminhos para gerar informações necessárias após identificar os problemas: pesquisas diretas junto ao público-alvo, painéis de discussão, comitês com as comunidades, audiências públicas, consultas, entre outros. Com isso, é possível determinar qual conteúdo da informação ambiental será divulgado pela empresa. A partir de um objetivo ambiental já definido, é possível a organização apresentar sua estratégia de comunicação ambiental tendo como base a ISO 14063⁵. Esta é uma ferramenta que visa potencializar o setor de comunicação da empresa, oferecendo um passo a passo das diretrizes de uma comunicação ambiental eficaz, quanto a sua responsabilidade de informar e conscientizar pessoas.

A avaliação da eficácia do projeto deverá sempre ter por base a resposta dos *stakeholders*. Importante destacar que a equipe envolvida precisa estar devidamente treinada, e o monitoramento, bem como a avaliação de todas as etapas, tem que passar pela alta administração da companhia, para verificar se o objetivo proposto foi cumprido de forma eficiente e eficaz.

4. A Comunicação Ambiental em Furnas Centrais Elétricas

Para concretizar os pontos vistos até então, serão utilizados o Relatório de Sustentabilidade Anual de 2021 de Furnas Centrais Elétricas e entrevistas em profundidade com a educadora ambiental Beatriz Rodrigues e com a assessora técnica Maria Elizabete Salgado, colaboradoras da organização objeto desta pesquisa. O Relatório de Sustentabilidade tem como finalidade a divulgação e

⁵ Definição da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que fornece diretrizes e orientações relacionadas às estratégias de comunicação ambiental. <https://www.normas.com.br/visualizar/abnt-nbr-nm/28687/nbriso14063-gestao-ambiental-comunicacao-ambiental-diretrizes-e-exemplos>

prestação de contas às partes interessadas das ações organizacionais voltadas ao desenvolvimento sustentável. São informações que mostram o desempenho da empresa em relação aos aspectos econômicos, sociais e ambientais. O 23º Relatório Anual de Furnas apresenta as informações sobre a empresa, relacionadas aos quatro pilares integrados: governança, prosperidade, pessoas e planeta, compondo, então, o *framework* da sustentabilidade. Esses pilares ajudam a reduzir os impactos que são causados ao meio ambiente (SANTOS; SILVA, 2017).

Furnas Centrais Elétricas é uma empresa pública de economia mista de capital fechado, cuja sede fica no Centro do Rio de Janeiro, e é controlada pelas Centrais Elétricas Brasileiras S.A.- Eletrobras. Ela atua na geração, transmissão e comercialização de energia elétrica, junto a empresas distribuidoras de energia, comercializadores e consumidores livres em todo o território brasileiro.

No pilar da Governança, o propósito da empresa é colocar toda a energia para o desenvolvimento sustentável da sociedade, ser uma empresa inovadora, de energia limpa, reconhecida pela excelência e pela sustentabilidade. Respeitar as pessoas e a vida; ética e transparência; excelência; inovação e colaboração e reconhecimento são os seus valores principais. O Plano Estratégico de Furnas contempla o compromisso da empresa com a Agenda 2030, entendido por Carvalho (2019) como um plano de ações com foco em concretizar objetivos e metas de sustentabilidade econômica, social e ambiental entre 2016-2030. Foram destacados nove Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, com indicadores e metas para cada um para serem monitorados pela organização.

Dentro do pilar da Prosperidade, a empresa une tecnologia e inovação. Uma das ações desenvolvidas em 2021 foi a implementação da primeira planta de produção e armazenamento de hidrogênio verde, na UHE Itumbiara(GO). O funcionamento ocorre pela sinergia entre as fontes hidrelétrica e solar, com energia produzida em plantas fotovoltaicas e convertida, por eletrólise, em gás hidrogênio. Este é armazenado em um tanque e, sob demanda, reconvertido em eletricidade. O projeto é importante porque o hidrogênio tem um papel protagonista no processo de descarbonização do planeta.

No pilar de Pessoas, Furnas busca desenvolver os profissionais para o futuro com projetos, visando ao aumento da produtividade, a melhoria do clima organizacional, o desenvolvimento de líderes e a melhoria da aderência à estratégia e à cultura

organizacional. Uma das práticas adotadas a partir de 2021 foi a estruturação de metas de equipes e individuais, como instrumento de desdobramento estratégico. Além disso, foi criado o Programa Impulsionando Mulheres na Liderança, que foca na sensibilização e capacitação de empregadas, alinhado ao compromisso de Furnas de atingir a meta mínima de 30% de mulheres em cargos de alta liderança até 2030.

A empresa procura analisar os impactos nas comunidades que são atingidas pelos empreendimentos de Furnas. Estudos analisam e monitoram comunidades afetadas com o objetivo de diminuir as preocupações causadas pelos moradores por meio de compensações financeiras, comunicação e transparência das informações. Estas ações são monitoradas por órgãos ambientais, por meio do Plano Básico Ambiental de cada empreendimento, fundamentado no ordenamento jurídico vigente. A dificuldade da comunicação seria causada pela vulnerabilidade das comunidades rurais, pelo baixo nível de escolaridade e pelas condições precárias de saúde e de educação. Além das comunidades do entorno, também são identificados os impactos positivos e negativos dos empreendimentos que têm interface com povos indígenas. Por meio de relatórios de monitoramento, são analisados os fatos elevados aos órgãos competentes, para devida mitigação do impacto, e, assim, coibir invasões e combater possíveis focos de incêndio.

Por fim, no pilar Planeta, Furnas promove a diminuição de gases do efeito estufa, a redução do consumo de energia, de água, nas atividades administrativas, e de combustíveis fósseis na frota veicular. Para realizar os objetivos da empresa nos empreendimentos, são desenvolvidos quatro Planos de Ação Integrada nas áreas para conter os impactos gerados. O Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), a partir da Política Nacional de Resíduos, estabelece critérios, procedimentos e medidas para controle dos resíduos gerados pelo empreendimento, com todas as formas de mitigação como, por exemplo, a reciclagem. O Plano de Monitoramento de Efluentes e Qualidade da Água (PMEQA) prevê procedimentos visando ao controle da qualidade da água para consumo humano, a redução da carga orgânica dos efluentes líquidos sanitários e o controle do lançamento dos efluentes líquidos sanitários e industriais. O Plano de Atendimento às Emergências (PAE) apresenta os procedimentos de resposta às situações emergenciais que eventualmente possam vir a ocorrer nas instalações de Furnas, além de definir quem possa resolver as ações de forma rápida e segura. Finalmente, a Planilha de Perigos, Riscos, Aspectos e Impactos (PRAI) sistematiza o

processo para identificação e avaliação de Perigos/Riscos, relacionados à saúde e à segurança do trabalho, e Aspectos/Impactos relacionados ao meio ambiente nas atividades, produtos e serviços, decorrentes de situações normais, anormais e emergenciais nas etapas de construção, operação e manutenção das instalações de Furnas.

A área de gestão ambiental de Furnas está composta por empregados que administram os processos de comunicação ambiental, importante para a construção e manutenção dos empreendimentos. Dois são os principais programas: o Programa de Comunicação Social e o Programa de Educação Ambiental, os quais estão interligados no processo de transmissão das informações necessárias.⁶

O Programa de Comunicação Social tem como objetivo geral manter a comunicação entre a organização e os moradores da região diretamente afetada, com esclarecimento de dúvidas e orientações sobre os perigos e as formas de convivência ao redor. Uma das maiores metas do Programa é estabelecer um canal aberto com o morador afetado pela operação de Furnas, com a possibilidade de ajuda por parte da empresa, quando necessário. Além disso, "garante informações mais precisas e expectativas falsas", segundo a assessora técnica Maria Elizabete Salgado.⁷

As linhas de transmissão são estruturas compostas por várias torres que suportam cabos metálicos, com o objetivo de levar a energia das usinas geradoras, que é a parte necessária da construção, operação e manutenção das linhas. Os moradores recebem indicações para haver uma boa convivência. A Linha de Transmissão Mascarenhas-Linhares 230 kV tem 92 quilômetros de extensão e está totalmente inserida na região norte do Espírito Santo. Ela contempla áreas nos municípios de Baixo Guandu, Colatina, Marilândia e Linhares, e interliga as subestações de Mascarenhas e Linhares. Ela foi construída para aumentar a quantidade de energia fornecida à região e entrou em operação em junho de 2018, com licença emitida pelo Instituto Estadual do Meio Ambiente e Recursos Hídricos do Espírito Santo (IEMA).

A licença criada pelo órgão ambiental determina que o empreendedor deve apresentar relatórios anuais com ênfase nas informações sobre os impactos do empreendimento e suas medidas mitigadoras, manter um canal de comunicação

⁶As informações foram retiradas do Relatório de Sustentabilidade Anual de Furnas 2021.

⁷Entrevista para o trabalho.

aberto com os moradores da região e realizar campanhas de uso e manutenção das faixas de servidão. A partir dessas informações, Furnas utiliza o Programa de Comunicação Social para executar as ações. Maria Elizabete Salgado nota ser fundamental conhecer a comunidade, os hábitos e locais frequentados pelos habitantes da região, para adequar o conteúdo e a linguagem do público.⁸

Na maior parte das vezes são utilizados *folders* na campanha de comunicação para abordar de forma clara os impactados. Por meio de um material digital e um impresso, foram repassadas as informações de forma simplificada, informando qual o objetivo do envio, o que é uma linha de transmissão, a sua importância, os usos permitidos e o convívio harmonioso, além do reforço sobre as questões das queimadas.

Furnas tem canais de comunicação em seu site oficial (www.furnas.com.br) informado nos *folders*, para possíveis contatos e demandas dos moradores das regiões afetadas. Conforme resultados apontados no relatório, o Programa de Comunicação Social trouxe dados expressivos. O contato com os moradores demonstrou que eles possuem conhecimento e sabem da importância das informações divulgadas por Furnas. Também se constatou que somente uma campanha digital não é suficiente para repasse das informações, é necessária uma ida ao campo. Maria Elizabete Salgado explica:

Em geral nosso trabalho é bem visto pela população. As avaliações realizadas indicam um alto grau de satisfação com as informações fornecidas. Além disso, os moradores sentem-se mais seguros pela presença constante dos profissionais de comunicação, principalmente no que diz respeito ao convívio com os empreendimentos.⁹

Assim como mencionado por Duarte (2007), a comunicação pública serve de garantia ao direito à informação e ao diálogo, por parte do cidadão. Objeto importante no caso do uso do Programa de Comunicação Social aos moradores locais em qualquer um dos empreendimentos.¹⁰

⁸Entrevista para o trabalho.

⁹Entrevista para o trabalho.

¹⁰As informações foram retiradas do Relatório da LT Mascarenhas-Linhares 2021

4. Programa de Educação Ambiental (PEA)

O Programa de Educação Ambiental tem como objetivo gerar no público alvo conscientização por meio de processos educativos com diálogos amplos para que essas comunidades percebam os danos e os riscos socioambientais. O PEA busca mostrar para a população os impactos das usinas geradoras e como evitá-los; além disso, estimula a participação da população do entorno na gestão de resíduos e habilita, em ações de ensino-aprendizagem, o público alvo sobre a gestão ambiental local e os cuidados para a conservação ambiental. Outros empreendimentos de forte importância para a geração de energia são as usinas hidrelétricas. Elas transformam a energia hidráulica de um fluxo natural ou artificial em eletricidade renovável. As principais vantagens da energia hidrelétrica são o custo, a alta capacidade de produção e o fato de ser uma fonte renovável e com zero emissão de carbono.

A Usina Hidrelétrica de Luiz Carlos Barreto de Carvalho é uma das cinco usinas de Furnas com potência superior a 1000 MW. Inaugurada em 1969, ela funciona no município de Pedregulho, próximo à cidade de Franca, em São Paulo. O Programa visa atender a solicitação da licença de operação emitida pelo IBAMA para orientar a população do entorno a diminuir a poluição difusa. O maior risco do Programa, citado pela educadora ambiental Beatriz Rodrigues, é exatamente "que a informação chegue a tempo à população"¹¹ por existir uma grande demanda.

Neste programa, alunos de escolas estaduais eram o principal público, devido à falta de motivação dos moradores da vila. Mesmo à distância, condição imposta pela pandemia da Covid-19¹², os contatos sempre ocorreram por meio de WhatsApp e telefone com lideranças locais para manter o canal de comunicação aberto com os moradores. Apesar dos problemas trazidos pela pandemia em 2021, o Programa retornou com eficácia em 2022, possibilitando ações que eram realizadas antes de 2020 e a busca por analisar a população afetada. A educadora ambiental Beatriz Rodrigues destaca os pontos positivos do programa¹³:

Dialoga com a população, conhece suas necessidades e talentos; troca conhecimento e saberes; favorece a aquisição de conhecimentos e valores para participação na conservação do meio ambiente, e contribui para a formação de uma

¹¹Entrevista para o trabalho.

¹²A pandemia causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2) e disseminada mundialmente, gerou impactos econômicos, políticos, sociais, além da alta mortalidade populacional.

¹³Este capítulo foi baseado no Relatório Técnico da UHEL CBC 2021.

consciência sobre a importância da conservação.¹⁴

5. Conclusão

O presente estudo teve como objetivo analisar a comunicação ambiental em organizações públicas, mais especificamente a empresa Furnas Centrais Elétricas. Por meio dos métodos de análise de documentos e entrevistas em profundidade com a educadora ambiental Beatriz Rodrigues e a assessora técnica Maria Elizabete Salgado, foi possível evidenciar as iniciativas de responsabilidade corporativa. Com as estratégias comunicacionais levantadas, foi possível entender como é o processo de transmitir as informações socioambientais.

A conclusão deste trabalho considera que os temas abordados sobre o desenvolvimento sustentável, comunicação organizacional e o uso de instrumentos de gerenciamento ambiental geram impacto na empresa. A Comunicação Social e a Educação Ambiental se tornaram essenciais no processo de transmitir as informações necessárias ao público alvo afetado pelos empreendimentos de Furnas. Constatou-se ainda a evidente evolução das questões sociais e ambientais das últimas décadas, apesar de não ser uma constante dentro das empresas, pois há relação direta com a natureza e a dinâmica de cada grupo organizacional e seus *stakeholders*. Isto reflete nas ações e soluções que cada instituição responde às pressões recebidas.

As ações de proteção ao meio ambiente representam fatores centrais para uma organização globalizada, reduz riscos e infrações que possam impactar seu desenvolvimento econômico e mercadológico. A comunicação feita de forma eficaz atrai os olhares do público externo e garante uma maior credibilidade nas operações e resultados positivos de forma contínua.

Outro aspecto a ser observado é o método que Furnas utiliza para promover campanhas de conscientização de cuidados com o meio ambiente, especificamente para comunidades do entorno, trabalhadores e escolas que têm relação com os empreendimentos adquiridos pela empresa. Estas iniciativas se caracterizam como práticas de comunicação ambiental e têm como base a ida em campo. Portanto, abrir uma reflexão sobre essa hipótese é um caminho para o desenvolvimento de

¹⁴Entrevista para o trabalho.

pesquisas posteriores sobre ações de comunicação ambiental e sua eficácia junto aos *stakeholders*.

6. Referências Bibliográficas

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR ISO 14063: Gestão ambiental – comunicação ambiental – diretrizes e exemplos. Rio de Janeiro, 2009.
- BRITO, Higor Costa de; SILVA, Manoel Mariano Neto da; BRITO, Yáscara Maia Araújo de; PORTELA, Lindon Johnson Pontes; SASSAKI, Jéssica Kaori. Meio Ambiente e Sustentabilidade: pesquisa, reflexões e diálogo emergente. Campina Grande: Editora Ampila, 2021.
- CARVALHO, Francisco Toniolo de. Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável da ONU e seus atores: O impacto do desenvolvimento sustentável nas relações internacionais, 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/34665>. Acesso em: 31 de outubro de 2022.
- CEBDS – Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável. Guia de Comunicação e Sustentabilidade, 2008. Disponível em: www.cebds.org.br. Acesso em: 16 de abril de 2022.
- COSTA, Edwaldo; FERREZIN, Nataly Bueno. ESG e a Comunicação: o tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas. São Paulo: Revista Alterjor, 2021.
- CURVELLO, João José Azevedo. Comunicação Interna e Cultura organizacional. Brasília: Casa das Musas, 2012.
- DEL VECCHIO DE LIMA, Myrian; JÚNIOR, Pedro da Silva; LOOSE, Eloísa Belling; MEI, Danielle Scheffelman; Thaís Cristina SCHNEIDER, Thaís Cristina; DUARTE, Valéria Sousa. A Comunicação Ambiental e suas potencialidades no enfrentamento dos dilemas socioambientais. Sergipe: Desenvolvimento e Meio Ambiente, v. 34, p. 75-84, ago. 2015.
- DIAS, Reinaldo. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. Campinas: Atlas, 2017.
- DUARTE, Jorge. Instrumento de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

DUARTE, J.e VERA S, L.Glossário de Comunicação Pública. Brasília: Casa das Musas, 2020.

DUARTE, M.Y.Comunicação e cidadania In:DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

GONZAGA, Carlos Alberto Marçal. Marketing verde de produtos florestais: teoria e prática. Curitiba: Revista Floresta, 2005.

JURIN, Richard; ROUSH, Donny; DANTER, Jeffrey.Environmental communication: skills and principles for natural resource managers, scientists and engineers. New York: Springer, 2010.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2002.

_____. Comunicação Organizacional: histórico, fundamentos e processos. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARANDOLA Jr., Eduardo José. População e mudança climática: dimensões humanas das mudanças ambientais globais. Campinas: Núcleo de Estudos de População (Nepo)/Unicamp; Brasília: UNFPA, p.29-52,2009.

ONUBR. A ONU e o Meio Ambiente. Disponível em: www.brasil.un.org. Acesso em 23 de setembro de 2022.

Relatório Anual 2021. Disponível em www.furnas.com.br/Acesso em:13 de novembro de 2022.

Rio+20.Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, 2012. Sobre a Rio+20.Disponível em: www.rio20.gov.br. Acesso em: 22 de setembro de 2022.

SACHS, Ignacy.Eco desenvolvimento: crescer sem destruir. São Paulo:Vértice,1986.

SANTOS, Élcio Henrique dos; SILVA, Mirela Auxiliadora da. Sustentabilidade Empresarial: Um novo Modelo de Negócio. Guaratinguetá. Revista Ciência Contemporânea - jun./dez.2017, v. 2, n.1, p. 75-94.

SMITH, Vivian. Comunicação socioambiental: bases teóricas e aplicação nas práticas de responsabilidade social e sustentabilidade das organizações. Belém: ANPPAS, 2012, p. 1-17.