



Alan Mario Zuffo
(Organizador)

**A produção
do Conhecimento
nas Ciências
Agrárias e Ambientais 4**

Atena
Editora

Ano 2019

Alan Mario Zuffo
(Organizador)

**A produção do Conhecimento nas Ciências
Agrárias e Ambientais**
4

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes e Geraldo Alves

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

P964 A produção do conhecimento nas ciências agrárias e ambientais 4
[recurso eletrônico] / Organizador Alan Mario Zuffo. – Ponta
Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (A Produção do
Conhecimento nas Ciências Agrárias e Ambientais; v. 4)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-287-6

DOI 10.22533/at.ed.876192604

1. Agronomia – Pesquisa – Brasil. 2. Meio ambiente – Pesquisa –
Brasil. I. Zuffo, Alan Mario. II. Série.

CDD 630

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “A produção do Conhecimento nas Ciências Agrárias e Ambientais” aborda uma série de livros de publicação da Atena Editora, em seu IV volume, apresenta, em seus 27 capítulos, com conhecimentos científicos nas áreas agrárias e ambientais.

Os conhecimentos nas ciências estão em constante avanços. E, as áreas das ciências agrárias e ambientais são importantes para garantir a produtividade das culturas de forma sustentável. O desenvolvimento econômico sustentável é conseguido por meio de novos conhecimentos tecnológicos. Esses campos de conhecimento são importantes no âmbito das pesquisas científicas atuais, gerando uma crescente demanda por profissionais atuantes nessas áreas.

Para alimentar as futuras gerações são necessários que aumente a quantidade da produção de alimentos, bem como a intensificação sustentável da produção de acordo como o uso mais eficiente dos recursos existentes na biodiversidade.

Este volume dedicado às áreas de conhecimento nas ciências agrárias e ambientais. As transformações tecnológicas dessas áreas são possíveis devido o aprimoramento constante, com base na produção de novos conhecimentos científicos.

Aos autores dos diversos capítulos, pela dedicação e esforços sem limites, que viabilizaram esta obra que retrata os recentes avanços científicos e tecnológicos, os agradecimentos do Organizador e da Atena Editora.

Por fim, esperamos que este livro possa colaborar e instigar mais estudantes, pesquisadores e entusiastas na constante busca de novas tecnologias para as ciências agrárias e ambientais, assim, garantir perspectivas de solução para a produção de alimentos para as futuras gerações de forma sustentável.

Alan Mario Zuffo

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
INFLUÊNCIA DO TIPO DE SOLVENTE NA ACEITABILIDADE DE LICOR DE BETERRABA	
<i>Gerônimo Goulart Reyes Barbosa</i> <i>Rosane da Silva Rodrigues</i> <i>Maria Eduarda Ribeiro da Rocha</i> <i>Diego Araújo da Costa</i>	
DOI 10.22533/at.ed.8761926041	
CAPÍTULO 2	7
INOCULAÇÃO DE SEMENTES COM <i>Azospirillum brasilense</i> E ADUBAÇÃO NITROGENADA EM CULTIVARES DE ARROZ DE TERRAS ALTAS IRRIGADOS POR ASPERSÃO: SAFRA 2013/14	
<i>Mayara Rodrigues</i> <i>Orivaldo Arf</i> <i>Nayara Fernanda Siviero Garcia</i> <i>Ricardo Antônio Ferreira Rodrigues</i> <i>Amanda Ribeiro Peres</i>	
DOI 10.22533/at.ed.8761926042	
CAPÍTULO 3	15
LEVANTAMENTO POPULACIONAL DE BROQUEADORES DE MADEIRA VIVA NO NORTE MATO-GROSSENSE	
<i>Tamires Silva Duarte</i> <i>Janaina de Nadai Corassa</i> <i>Carlos Alberto Hector Flechtmann</i>	
DOI 10.22533/at.ed.8761926043	
CAPÍTULO 4	26
MACARRÃO TIPO TALHARIM COM SUBSTITUIÇÃO PARCIAL DE FARINHA DE TRIGO POR FARINHA DE MESOCARPO DE BABAÇU (<i>Orbignya SP.</i>)	
<i>Eloneida Aparecida Camili</i> <i>Natalia Venâncio de Assis</i> <i>Priscila Becker Siquiera</i> <i>Thais Hernandez</i> <i>Luciane Yuri Yoshiara</i>	
DOI 10.22533/at.ed.8761926044	
CAPÍTULO 5	41
MÉTODOS BÁSICOS PARA EXPERIMENTAÇÃO EM NEMATOLOGIA	
<i>Dablieny Hellen Garcia Souza</i> <i>Juliana Yuriko Habitzreuter Fujimoto</i> <i>Odair José Kuhn</i> <i>Eloisa Lorenzetti</i> <i>Adrieli Luisa Ritt</i> <i>Vanessa de Oliveira Faria</i>	
DOI 10.22533/at.ed.8761926045	

CAPÍTULO 6 54

MODELOS DE PREDIÇÃO DA ÁREA FOLIAR DE UMBUZEIRO

Fábio Santos Matos
Anderson Rodrigo da Silva
Victor Luiz Gonçalves Pereira
Michelle Cristina Honório Souza
Winy Kelly Lima Pires
Kamila Gabriela Simão
Igor Alberto Silvestre Freitas

DOI 10.22533/at.ed.8761926046

CAPÍTULO 7 63

MUDANÇAS CLIMÁTICAS E SUSTENTABILIDADE DOS AGROECOSSISTEMAS EM COMUNIDADES TRADICIONAIS DE FUNDO DE PASTO

Victor Leonam Aguiar de Moraes
Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco
Bruna Silva Ribeiro de Moraes

DOI 10.22533/at.ed.8761926047

CAPÍTULO 8 90

O CONHECIMENTO SOBRE REFORMA AGRÁRIA E A UTILIZAÇÃO DO PROGRAMA NACIONAL DE FORTALECIMENTO DA AGRICULTURA FAMILIAR EM CIDADE “DORMITÓRIO DA REGIÃO METROPOLITANA DE GOIÂNIA

Daniel Lucino Silva dos Santos
Graciella Corcioli
Yamira Rodrigues de Souza Barbosa

DOI 10.22533/at.ed.8761926048

CAPÍTULO 9 104

O PAPEL DE CIANOBACTÉRIAS E MICROALGAS COMO BIOFERTILIZANTES PARA PRODUÇÃO AGRÍCOLA

Marcos Gabriel Moreira Xavier
Claudineia Lizieri dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.8761926049

CAPÍTULO 10 120

O RESÍDUO DE IMAZAPIR+IMAZAPIQUE EM ÁREA DE ARROZ IRRIGADO AFETA O CRESCIMENTO RADICULAR INICIAL EM SOJA INDEPENDENTE DO CULTIVO DE AZEVÉM NA ENTRESSAFRA

Maurício Limberger de Oliveira
Enio Marchesan
Camille Flores Soares
Alisson Guilherme Fleck
Júlia Gomes Farias
André da Rosa Ulguim

DOI 10.22533/at.ed.87619260410

CAPÍTULO 11 127

O USO DA CROMATOGRAFIA DE PAPEL COMO FERRAMENTA INVESTIGATIVA DAS CONDIÇÕES DO SOLO

Alini de Almeida

Edinéia Paula Sartori Schmitz
Hugo Franciscon
Gisele Louro Peres

DOI 10.22533/at.ed.87619260411

CAPÍTULO 12 143

O USO PÚBLICO PARA FINS TURÍSTICOS NA APA PIQUIRI-UNA (APAPU): UMA ANÁLISE DAS REUNIÕES DO CONSELHO GESTOR

Radna Rayanne Lima Teixeira
Ana Neri da Paz Justino
Anísia Karla de Lima Galvão
Fellipe José Silva Ferreira
Paula Normandia Moreira Brumatti

DOI 10.22533/at.ed.87619260412

CAPÍTULO 13 158

OBTENÇÃO DO DNA GENÔMICO DE *CYPHOCHARAX* VOGA E *OLIGOSARCUS JENYNSII* ATRAVÉS DE PROTOCOLO “IN HOUSE”

Welinton Schröder Reinke
Daiane Machado Souza
Suzane Fonseca Freitas
Rodrigo Ribeiro Bezerra De Oliveira
Paulo Leonardo Silva Oliveira
Deivid Luan Roloff Retzlaff
Luana Lemes Mendes
Heden Luiz Maques Moreira
Carla Giovane Ávila Moreira
Rafael Aldrighi Tavares
Juvêncio Luis Osório Fernandes Pouey

DOI 10.22533/at.ed.87619260413

CAPÍTULO 14 164

OBTENÇÃO E CARACTERIZAÇÃO FÍSICO-QUÍMICA E CITOTÓXICA DA FARINHA DO FRUTO DO JUÁ (*Zizyphus joazeiro mart*): UM ESTUDO PRELIMINAR PARA USO EM SISTEMAS ALIMENTÍCIOS

Gilmar Freire da Costa
Erivane Oliveira da Silva
Juliana Lopes de Lima
Viviane de Oliveira Andrade
Maria de Fátima Clementino
José Sergio de Sousa

DOI 10.22533/at.ed.87619260414

CAPÍTULO 15 170

ORGÂNICA OU TRANSGÊNICA: COMO SERÁ A COMIDA DO FUTURO?

Simone Yukimi Kunimoto
Natália Ibrahim Barbosa Schrader
Leandro Tortosa Sequeira

DOI 10.22533/at.ed.87619260415

CAPÍTULO 16	186
OS IMPACTOS AMBIENTAIS DA PECUÁRIA SOBRE OS SOLOS E A VEGETAÇÃO	
<i>Tiago Schuch Lemos Venzke</i>	
<i>Pablo Miguel</i>	
<i>Luis Fernando Spinelli Pinto</i>	
<i>Jeferson Diego Liedemer</i>	
DOI 10.22533/at.ed.87619260416	
CAPÍTULO 17	201
PANORAMA DOS ESTUDOS SOBRE DECOMPOSIÇÃO EM ECOSISTEMAS FLORESTAIS	
<i>Monique Pimentel Lagemann</i>	
<i>Grasiele Dick</i>	
<i>Mauro Valdir Schumacher</i>	
<i>Hamilton Luiz Munari Vogel</i>	
DOI 10.22533/at.ed.87619260417	
CAPÍTULO 18	213
PAPEL KRAFT: UMA ALTERNATIVA PARA O CONTROLE DE PLANTAS DANINHAS NO CULTIVO DA ALFACE	
<i>Luiz Fernando Favarato</i>	
<i>Frederico Jacob Eutrópio</i>	
<i>Rogério Carvalho Guarçoni</i>	
<i>Mírian Piassi</i>	
<i>Lidiane Mendes</i>	
DOI 10.22533/at.ed.87619260418	
CAPÍTULO 19	221
PAPEL SOCIAL OU DEMANDA DE MERCADO? A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL DAS EMPRESAS “MAIS SUSTENTÁVEIS” DO BRASIL NO GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE	
<i>Denise Rugani Töpke</i>	
<i>Fred Tavares</i>	
DOI 10.22533/at.ed.87619260419	
CAPÍTULO 20	236
PARÂMETROS DE COR DE FILMES À BASE DE FÉCULA DE MANDIOCA	
<i>Danusa Silva da Costa</i>	
<i>Geovana Rocha Plácido</i>	
<i>Katiuchia Pereira Takeuchi</i>	
<i>Myllena Jorgiane Sousa Pereira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.87619260420	
CAPÍTULO 21	240
PERCEPÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS DO PROGRAMA MINIEMPRESA NO INSTITUTO FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO <i>CAMPUS ITAPINA</i>	
<i>Larissa Haddad Souza Vieira</i>	
<i>Stefany Sampaio Silveira</i>	
<i>Diná Castiglioni Printini</i>	
<i>Regiane Lima Partelli</i>	
<i>Hugo Martins de Carvalho</i>	

Vinícius Quiuqui Manzoli
Raphael Magalhães Gomes Moreira
Lorena dos Santos Silva
Fábio Lyrio Santos
Sabrina Rodht da Rosa
Raniele Toso

DOI 10.22533/at.ed.87619260421

CAPÍTULO 22 247

PHYSIOLOGY AND QUALITY OF 'TAHITI' ACID LIME COATED WITH
NANOCELLULOSE-BASED NANOCOMPOSITES

Jessica Cristina Urbanski Laureth
Alice Jacobus de Moraes
Daiane Luckmann Balbinotti de França
Wilson Pires Flauzino Neto
Gilberto Costa Braga

DOI 10.22533/at.ed.87619260422

CAPÍTULO 23 258

ÁREA: PARASITOLOGIA VETERINÁRIA PNEUMONIA VERMINÓTICA POR
Aelurostrongilusabstrusus EM FELINO NA CIDADE DE SINOP- MT

Kairo Adriano Ribeiro de Carvalho
Felipe de Freitas
Ana Lucia Vasconcelos
Larissa Márcia Jonasson Lopes
Ian Philippo Tancredi

DOI 10.22533/at.ed.87619260423

CAPÍTULO 24 264

PÓS-COLHEITA DE TOMATES CULTIVADOS EM SISTEMA CONVENCIONAL

Gisele Kirchbaner Contini
Fabielli Priscila Oliveira
Rafaela Rocha Cavallin
Júlia Nunes Júlio
Carolina Tomaz Rosa
Juliana Dordetto
Juliano Tadeu Vilela de Resende
Katielle Rosalva Voncik Córdova

DOI 10.22533/at.ed.87619260424

CAPÍTULO 25 273

POTENCIAL FISIOLÓGICO DE SEMENTES DE SOJA TRATADAS COM ZINCO

Graziela Corazza
Maurício Maraschin Neumann
Gustavo Osmar Corazza
Guido José Corazza

DOI 10.22533/at.ed.87619260425

CAPÍTULO 26 288

PRÉ-TRATAMENTOS COM ÁGUA E ÁCIDO INDOL-3-BUTÍRICO EM ESTACAS DE
JABUTICABEIRA

Patricia Alvarez Cabanez

Nathália Aparecida Bragança Fávaris
Verônica Mendes Vial
Arêssa de Oliveira Correia
Nohora Astrid Vélez Carvajal
Rodrigo Sobreira Alexandre
José Carlos Lopes

DOI 10.22533/at.ed.87619260426

CAPÍTULO 27 298

PROCESSAMENTO DE IMAGENS PARA IDENTIFICAÇÃO DE DEFEITOS NO
ARROZ

Rita de Cassia Mota Monteiro
Gizele Ingrid Gadotti
Ádamo de Sousa Araújo

DOI 10.22533/at.ed.87619260427

SOBRE O ORGANIZADOR..... 307

PAPEL SOCIAL OU DEMANDA DE MERCADO? A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL DAS EMPRESAS “MAIS SUSTENTÁVEIS” DO BRASIL NO GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE

Denise Rugani Töpke

Faculdade Gama e Souza, Graduação
Tecnológica de Marketing

Rio de Janeiro/RJ

Fred Tavares

UFRJ, Instituto de Psicologia (Programa EICOS)

Rio de Janeiro/RJ

RESUMO: A Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE) tem se tornado um fator importante para a competitividade das empresas na contemporaneidade e, com isso, há uma maior preocupação com a gestão do relacionamento com os *stakeholders*. A revista Exame, da Editora Abril, por sua vez, através do Guia Exame de Sustentabilidade, se transformou em um “indicador” das empresas mais sustentáveis do Brasil. Deste modo, este trabalho realizou, através de uma metodologia qualitativa de caráter exploratório e do método de análise de conteúdo, um comparativo entre os Guias Exame de Sustentabilidade dos anos de 2007 e de 2016, a fim de verificar que *stakeholders* emergem da gestão da Responsabilidade Socioambiental Empresarial das empresas “mais sustentáveis” do Brasil. A análise também investigou se as empresas que praticam RSE estariam minimizando seu impacto social e ambiental ou, conforme apontam Deleuze e Guattari, estariam atuando

como mais um mecanismo de controle do Capitalismo Mundial Integrado (CMI), criando demandas de mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Socioambiental Empresarial. Sociedade de Controle. Capitalismo Mundial Integrado. *Stakeholders*.

ABSTRACT: Corporate Social and Environmental Responsibility (CSR) has become an important factor for the competitiveness of companies in the contemporary world. In this context, there is a greater concern with the management of the relationship with their stakeholders. *Guia Exame de Sustentabilidade*, edited by Abril publisher, has become an “indicator” of the most sustainable companies in Brazil. This paper carried out a comparison between Guia Exame de Sustentabilidade from 2007 and 2016, using a qualitative exploratory methodology and the method of content analysis. The main objective is to discover which stakeholders emerge from the management of Social and Environmental Responsibility of the “most sustainable” companies in Brazil. The analysis also intends to investigate whether companies that practice CSR would be minimizing their social and environmental impact or, as Deleuze and Guattari point out, would be acting only as a mechanism of the Integrated World Capitalism (IWC) which is creating market demands.

KEYWORDS: Corporate Social and Environmental Responsibility. Society of Control. Integrated World Capitalism. Stakeholders.

1 | INTRODUÇÃO

O conceito de Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE) engloba a relação das empresas com a sociedade. Essa relação pode ser expressa por diversas terminologias: “responsabilidade social das empresas”, “responsabilidade social corporativa”, “cidadania corporativa” e “responsabilidade social empresarial” (OLIVEIRA, 2013). A RSE parte do pressuposto de que o Estado sozinho não conseguiria suprir o bem-estar da sociedade e, assim, as empresas preencheriam essas lacunas no desenvolvimento de ações sociais (SAUERBRONN, F.F.; SAUERBRONN, J.F., 2011).

Com a globalização, as grandes empresas ganharam um poder cada vez maior na sociedade (SAUERBRONN, F.F.; SAUERBRONN, J.F., 2011), pois ela expandiu o papel econômico das empresas de tal modo que algumas se tornaram detentoras de poder econômico maior do que alguns países (OLIVEIRA, 2013).

Uma pesquisa realizada pela Edelman em 2006 indica que as pessoas no Brasil tendem a confiar cada vez mais nas empresas, na mídia e nas ONGs (OLIVEIRA, 2013). Essa tendência foi confirmada por nova pesquisa realizada por essa mesma agência de relações públicas em 2015, que aponta que as empresas estão na liderança como o grupo institucional mais confiável pelos respondentes brasileiros (73%), seguidas pelas ONGs (70%) e pela mídia (56%).

Assim, se por um lado as empresas ganham mais poder e confiança no mundo globalizado contemporâneo, por outro lado, elas também sofrem uma pressão crescente da sociedade no cumprimento de seus papéis sociais, uma vez que as “[...] pessoas jogam sua confiança de um mundo melhor nas empresas” (OLIVEIRA, 2013, p.5).

Deste modo, estudar a Responsabilidade Socioambiental Empresarial apresenta-se como um grande desafio. Primeiramente porque envolve uma multiplicidade de temas das mais diversas áreas (como ética, declarações e normas etc.) que, muitas vezes, são polêmicos e sujeitos a diversas interpretações. Borger (2007) afirma que a responsabilidade social é um conceito complexo e dinâmico porque envolve “[...] questões éticas, ambientais e sociais [que] são intrincadas e voláteis” (BORGER, 2007, p.195). Além disso, esses temas “[...] não comportam respostas fáceis nem receitas acabadas” (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p.7). A RSE não é uma ciência, mas “[...] uma área de interesse inter e multidisciplinar” (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2012, p.7).

2 | METODOLOGIA

Este estudo utiliza como metodologia investigativa a pesquisa qualitativa, que

se constrói por meio de levantamento bibliográfico das obras que recortam o objeto estudado e levantamento documental, através do método de análise de conteúdo.

A análise de conteúdo foi aplicada nas reportagens do Guia Exame de Sustentabilidade dos anos 2007 e 2016. Isso é possível porque, de acordo com Bardin (2004), o campo da análise de conteúdo é bastante vasto e deve ser aplicável a todas as formas de comunicação.

Bardin (2004) afirma que a análise de conteúdo não possui regras imutáveis, somente regras que servem de base. Deste modo, a técnica de análise deve ser reinventada constantemente para se adequar ao domínio e objetivo pretendidos. A análise de conteúdo não pode ser descrita como um instrumento, mas, sim, como um “leque de apetrechos”, pois se caracteriza “por uma grande disparidade de formas” (BARDIN, 2004, p.27), aplicáveis ao vasto campo da comunicação.

Rizzini (1999) explica que a análise de conteúdo é uma atividade essencialmente interpretativa. Deve envolver uma observação mais profunda, buscando estabelecer relações entre as “[...] as premissas de análise e os elementos que aparecem no texto” (RIZZINI, 1999, p.91).

A escolha dos anos 2007 e 2016 para a realização desta análise será justificada no texto a seguir.

Bacha, Santos e Schaun (2010) realizaram um *desk research* em anais de congressos e no Banco Digital de Teses e Dissertações (BDTD) entre 2000 e 2010, utilizando como palavras-chave “sustentabilidade” e “comunicação”. As autoras concluíram que o tema da sustentabilidade atingiu seu pico nos anos de 2007 (274 trabalhos) e 2008 (307 trabalhos). Esta pesquisa mostra que no ano de 2007 o tema estava sendo bastante discutido no meio acadêmico.

Outro ponto interessante que justifica a escolha do ano de 2007 se refere ao fato de que a Editora Abril publica todo ano (desde o ano 2000) uma encadernação especial voltada para o tema da responsabilidade socioambiental em que as empresas mais sustentáveis do Brasil são listadas. Esta publicação é hoje considerada um indicador de sustentabilidade. Mas foi exatamente no ano de 2007 que o Grupo Abril estabeleceu parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) para elaboração da metodologia de avaliação de desempenho das empresas e também modificou o nome da revista de Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa para Guia Exame de Sustentabilidade.

Também foi em 2007 que o Grupo Abril criou o Projeto Planeta Sustentável. O Projeto tem como objetivo “disseminar informações e referências sobre sustentabilidade” e “conscientizar” o público leitor. O referido projeto trata a sustentabilidade pelo enfoque do chamado “consumo consciente” e enfoca a responsabilidade do cidadão em relação à crise socioambiental. Inclusive, como uma das ações do Projeto Planeta Sustentável criou um *Manual de Etiqueta para um Planeta Sustentável* com 120 dicas de “como incorporar a sustentabilidade ao cotidiano”.

O ano de 2016 foi escolhido por fazer parte do recorte temporal de um trabalho mais amplo de pesquisa que compreende a tese de Doutorado da autora do artigo. O

recorte temporal da tese compreende exatamente o período de 2007 a 2016, onde é realizada a análise de conteúdo da Revista Exame.

Para a seleção das reportagens que se adequariam à pesquisa, utilizou-se as seguintes categorias *a priori* (BECKER, 2007; GONDIM e BENDASSOLI, 2014), que funcionaram como palavras-chave para a busca: “*stakeholders*” (ou “públicos”), “sustentabilidade”, “sustentável”, “desenvolvimento sustentável” e “responsabilidade social” (socioambiental, ambiental, corporativa).

Após a coleta das reportagens com as palavras-chave e sua inserção no *software* Atlas TI, iniciou-se o tratamento deste material que consistia em inserir códigos para que o próprio programa indicasse onde se encontravam as palavras-chave nas reportagens (*autocoding*). Após uma análise exploratória das reportagens, foram criadas as categorias *a posteriori* (BECKER, 2007; GONDIM e BENDASSOLI, 2014), que incluíam as categorias *a priori* (BECKER, 2007; GONDIM e BENDASSOLI, 2014) utilizadas na triagem inicial: acionista, colaborador, comunidade, consumidor, desenvolvimento sustentável, fornecedor, instituições financeiras, mídia, ONGs, PMEs, públicos, responsabilidade social, responsabilidade socioambiental, responsabilidade ambiental, responsabilidade corporativa, responsabilidade empresarial, *stakeholders*, sustentabilidade, sustentável e universidades.

3 | AS METAMORFOSES DO CAPITALISMO MUNDIAL INTEGRADO A PARTIR DO CONTROLE

Guattari (1981) define o capitalismo contemporâneo como “mundial e integrado” porque

[...] potencialmente colonizou o conjunto do planeta, porque atualmente vive em simbiose com países que historicamente pareciam ter escapado dele (os países do bloco soviético, a China) e porque tem a fazer com que nenhuma atividade humana, nenhum setor de produção fique fora de seu controle (GUATTARI, 1981, p.211).

O autor explica que este movimento duplo de extensão geográfica e de expansão sobre si próprio constitui o que ele chama de desterritorialização (GUATTARI, 1981). Assim, o Capitalismo Mundial Integrado (CMI) não possui um centro único de poder; ele é descentralizado. “O capital mundial integrado não respeita mais os modos de vida tradicional [...] Recompõe a produção e a vida social a partir da sua própria axiomática” (GUATTARI, 1981, p.211). Deste modo, o CMI não é “fechado” em um programa previamente definido e imutável, muito pelo contrário, este capital, diante de uma crise, é sempre “[...] capaz de inventar novos axiomas funcionais ou de suprimi-los” (GUATTARI, 1981, p.211).

E quem é o Estado na contemporaneidade? O próprio capital, pois “[...] dir-se-ia que o capitalismo desenvolve uma ordem econômica que poderia passar sem o

Estado” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.152). Conforme explica Guattari (1981), não existe um centro de poder único para o Capitalismo Mundial Integrado, seus centros estão espalhados pelo mundo.

Ainda em relação ao Capitalismo Mundial Integrado, Guattari explica que a “sujeição das pessoas e coletividades” (GUATTARI, 1981, p.213) não está restrita a uma questão monetária. Para o autor, o capital possui componentes semióticos de “representação” e “diagramatismo”. Em relação ao primeiro, significa que os sistemas de signos são independentes de seus referentes econômicos. O diagramatismo, por sua vez, seria porque os sistemas de signos entram em concatenação direta com os referentes “para modelar, programar e planificar os segmentos sociais e os agenciamentos produtivos” (GUATTARI, 1981, p.213).

Deste modo, o CMI funciona a partir de uma lógica de controle (sociedade de controle), na qual a concepção do capital atravessa e produz os contornos sociais e subjetivos.

Deleuze (1992), com base em Foucault, explica que a Sociedade de Controle sucede as Sociedades Disciplinares (Séculos XVIII e XIX) a partir da Segunda Guerra Mundial. Comparando os dois “tipos” de sociedade, Deleuze (1992) afirma que as Sociedades Disciplinares se caracterizavam por uma disciplina de longa duração, infinita e descontínua enquanto na Sociedade de Controle o controle é de curto prazo, de rotação rápida, contínuo e ilimitado.

Este “controle de rotação rápida, contínuo e ilimitado” se assemelha ao que foi proposto por Bauman ao caracterizar a contemporaneidade, que ele nomeia como Modernidade Líquida (2001). Para o autor, a vigilância assumiu um papel de instituição social-chave na Modernidade Líquida. O controle ilimitado tornou-se a tal ponto contínuo na contemporaneidade que o indivíduo exerce a uma “autovigilância”, que ocorre de modo voluntário. Isto se torna possível porque o poder foi desterritorializado. Assim,

[...] o poder deve ser livre para flutuar, e barreiras, cercas e fronteiras e postos de controle são um transtorno a ser superado ou contornado. Densas e estreitas redes de vínculos sociais, especialmente com base no território, devem ser eliminadas (BAUMAN, 2013, p.14).

Na perspectiva pós-moderna, a sociedade de controle, segundo Tavares (2014), pode ser pensada como uma sociedade de consumo atravessada por agenciamentos de enunciação produzidos pelas empresas e pela mídia. Estas, através de dispositivos de controle social, podem incitar desejos e criar demandas.

Assim, estariam as empresas que praticam Responsabilidade Socioambiental Empresarial minimizando seus impactos sociais e ambientais ou estariam criando demandas de mercado?

4 | A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL (RSE)

Para Borger (2007) não se pode contestar que houve um crescimento recente do movimento da responsabilidade social no Brasil e no mundo. Tenório (2006) afirma que o tema da responsabilidade social é “[...] recente, polêmico e dinâmico [...]” (TENÓRIO, 2006, 13).

De acordo com Barbieri e Cajazeira (2012) as empresas praticam responsabilidade social desde que elas existem, ou seja, desde o início da Era Moderna. Entretanto, só recentemente o tema ganhou destaque em todos os setores da sociedade.

Para Lemos (2013), a responsabilidade social corporativa substitui as atividades filantrópicas tradicionais das empresas. “A responsabilidade social corporativa reflete a necessidade de as empresas devolverem benefícios às comunidades nas quais estão instaladas. Afinal, é delas que recebem trabalhadores e recursos” (LEMOS, 2013, p.53).

Entretanto, não existe um consenso quanto à definição de Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE), conforme afirmam Busch e Ribeiro (2009) e também Oliveira (2013). Este último autor salienta que alguns pesquisadores confundem RSE com filantropia ou ação social. “A responsabilidade social de empresas vai muito além de meramente fazer ação social. Ação social pode até ser parte das ações de responsabilidade social de uma empresa, mas RSC não se limita a isso” (OLIVEIRA, 2013, p.53).

Kotler (2010), por sua vez, afirma que uma empresa não pode ser vista de forma isolada em um mundo competitivo, ela deve operar através de uma rede leal de parceiros. Para o autor, as empresas inicialmente centraram seu foco nos produtos (Marketing 1.0), posteriormente nos consumidores (Marketing 2.0) e, agora, na contemporaneidade, as organizações estão se voltando para as questões humanas (Marketing 3.0). “O Marketing 3.0 é a fase na qual as empresas mudam da abordagem centrada no consumidor para a abordagem centrada no ser humano, e na qual a lucratividade tem como contrapeso a responsabilidade corporativa” (KOTLER, 2010, p.11).

Já Lemos (2013) defende que o conceito de Responsabilidade Socioambiental Empresarial está, de certa forma, “ultrapassado”. Ele define quatro estágios para a evolução do conceito de RSE nas empresas brasileiras: o primeiro, da “não responsabilidade social”; o segundo da “filantropia empresarial”; o terceiro da “responsabilidade social empresarial”; e o quarto e mais “avançado”, o estágio da “sustentabilidade”. Segundo o autor, este último estágio

Caracteriza-se pela adoção de um novo modelo de pensar e de fazer negócios. As empresas procuram conciliar resultados econômicos, sociais e ambientais (*triple bottom line*), conferindo a cada um deles o mesmo nível de importância. A ideia da sustentabilidade representa uma nova visão de negócio – sensível, ética e, sobretudo, inteligente (LEMOS, 2013, p.63).

Esse conceito do *Triple Bottom Line* (TBL), proposto por Elkington (2012), expressa basicamente que as organizações criam valor em múltiplas dimensões, dimensões estas reunidas nos três pilares da sustentabilidade: *profit* (lucro), *planet* (planeta), *people* (pessoas), que representariam os pilares econômico, ambiental e social. Independentemente de quem esteja à frente, colocar o TBL na agenda é uma responsabilidade do conselho corporativo (ELKINGTON, 2006).

De acordo com Oliveira e outros (2012), o pilar econômico tem como propósito a criação de empreendimentos atraentes para os investidores; o pilar ambiental deve avaliar a interação de processos com o meio ambiente, a fim de que não lhe cause danos permanentes e, por sua vez, o pilar social “[...] se preocupa com o estabelecimento de ações justas para trabalhadores, parceiros e sociedade” (OLIVEIRA, *et. al.*, 2012, p.73).

Ainda de acordo com esses autores, mais recentemente, foi incluído o pilar cultural ao *Triple Bottom Line*, mas este ainda “[...] não foi totalmente incorporado pelas organizações como forma de análise para a sustentabilidade” (OLIVEIRA, *et. al.*, 2012, p.73).

Para Barbieri e Cajazeira (2012), a grande dificuldade na operacionalização desses modelos de sustentabilidade ocorre exatamente em fazer com que haja sintonia no funcionamento das três dimensões da sustentabilidade.

Como se pode observar pelo exposto, a Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE) tem se transformado em um fator de competitividade para as empresas no mercado.

5 | A RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL COMO FERRAMENTA DE VANTAGEM COMPETITIVA

5.1 Estratégia e vantagem competitiva

Segundo Gonçalves e Vizeu (2010), *strategos* é uma palavra grega que tem como significado original a própria noção do generalato, ou seja, “[...] o ofício que indica o comando do exército” (GONÇALVES; VIZEU, 2010, p.6). O general nada mais é do que o administrador do exército. Portanto, estratégia é “[...] a arte originalmente militar, de planejar e executar movimentos e operações visando alcançar ou manter posições favoráveis ao alcance de objetivos previamente definidos” (DI SERIO; VASCONCELLOS, 2009, p.175).

Ainda segundo Gonçalves e Vizeu (2010), antes do século XX, a estratégia raramente era atribuída ao universo empresarial. A incorporação da palavra “estratégia” ao universo empresarial ocorreu devido à proximidade entre o significado do termo e a prática gerencial que se consolidou ao final da Segunda Guerra Mundial.

De acordo com Mintzberg (2005), estratégia é

[...] o padrão ou plano que integra as principais metas, políticas e sequência de ações de uma organização em um todo coerente. Uma estratégia bem formulada ajuda a ordenar e alocar os recursos de uma organização para uma postura singular e viável, com base em suas competências e deficiências internas relativas, mudanças no ambiente antecipadas e providências contingentes realizadas por oponentes inteligentes (MINTZBERG *et al.*, 2005, p.20)

Angeloni *et. al.* (2008) afirmam que, na atualidade, toda empresa deve considerar o poder e a influência dos *stakeholders* para o desempenho organizacional e, em particular, o líder e a equipe executiva tornam-se pilares estratégicos para que o foco estratégico da organização seja alcançado.

A estratégia empresarial está vinculada ao conceito de vantagem competitiva. Angeloni *et. al.* (2008) explicam que os movimentos estratégicos das empresas representam buscas ininterruptas de vantagem competitiva. “A estratégia competitiva envolve o posicionamento de um negócio de modo a maximizar o valor das características que o distinguem de seus concorrentes” (PORTER, 1986, p.61).

Segundo Vasconcelos e Cyrino (2000), a vantagem competitiva foi abordada por diversas correntes de pensamento a partir dos anos 70. Dentre os trabalhos neoestruturalistas, Michael Porter se destaca acentuando os elementos característicos da nova organização industrial. Para Porter, o principal elemento determinante para o sucesso ou fracasso de uma empresa é o seu posicionamento dentro da estrutura industrial.

A vantagem competitiva é, assim, o resultado da capacidade da firma de realizar eficientemente o conjunto de atividades necessárias para obter um custo mais baixo que o dos concorrentes ou de organizar essas atividades de uma forma única, capaz de gerar um valor diferenciado para os compradores. [...] A estratégia, nesse modelo, consiste em posicionar a empresa dentro do seu ambiente e, especialmente, da sua indústria (Vasconcelos; Cyrino, 2000, p.24).

Porter escreveu “Vantagem Competitiva” como uma complementação para o livro “Estratégia Competitiva”. Assim, a obra “Vantagem Competitiva” pressupõe que o leitor tenha um entendimento da estrutura industrial e do comportamento do concorrente. O livro Vantagem Competitiva descreve como uma empresa pode escolher e implementar uma estratégia genérica para alcançar e sustentar a vantagem competitiva (custo e diferenciação), através de sua cadeia de valor.

Porter (1985) apresenta como princípios da vantagem competitiva: cadeia de valor; cenário competitivo; vantagem de custo; diferenciação; tecnologia; competição e explica que, para diagnosticar a vantagem competitiva, é necessário definir a cadeia de valor da empresa em uma indústria em particular. Para o autor,

A vantagem competitiva cresce fundamentalmente do valor que uma empresa é capaz de criar para seus compradores e quanto estes estão dispostos a pagar, e valor superior deriva de oferecer preços mais baixos do que os concorrentes para benefícios equivalentes ou fornecer benefícios únicos que mais do que compensam

um preço mais elevado. Existem dois tipos básicos de vantagem competitiva: liderança em custo e diferenciação (PORTER, 1985, p.3).

Além disso, Porter (1985) também explica que a vantagem competitiva em uma indústria pode ser fortemente intensificada por inter-relações com unidades de negócios competindo em indústrias relacionadas, se essa inter-relação, de fato, puder ser alcançada.

Aaker (2012) fala em “vantagem competitiva sustentável”, definida como elementos ou conjunto de elementos “[...] da estratégia empresarial que fornecem uma vantagem importante sobre concorrentes existentes e futuros” (AAKER, 2012, p.144). Segundo o autor, essa vantagem precisa ser suficiente para “fazer diferença”; precisa ser melhorada com o tempo; e depende das estratégias e programas funcionais e de como a empresa compete.

Mais tarde, em 2011, Porter retoma o conceito de cadeia de valor, fazendo uma crítica à Responsabilidade Socioambiental Empresarial e propondo o conceito de Criação de Valor Compartilhado (CVC).

5.2 Da Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE) à Criação de Valor Compartilhado (CVC)

Em 2011, no Fórum Econômico Mundial em Davos, Porter apresentou um novo conceito: a Criação de Valor Compartilhado (CVC), que seria um substituto da noção de Responsabilidade Socioambiental Empresarial (RSE). Para o autor, em entrevista à revista HSM Management, a questão socioambiental deve ser pensada dentro do próprio capitalismo e sua capacidade de gerar valor. “O CVC assume publicamente que a preocupação com o meio ambiente e com a questão social deve ser lucrativa para que seja realmente colocada em prática” (TAVARES; FERREIRA, 2012, p.28).

Na mesma entrevista, Porter afirma que o conceito de sustentabilidade é vago para empresas com fins lucrativos e que a criação do conceito de CVC é uma tentativa de trazer a sustentabilidade para “dentro” do capitalismo. Para Porter, o capitalismo defende o interesse da empresa, portanto, os problemas sociais só podem ser resolvidos através dele.

Ainda segundo o autor, a RSE foi fundamental para que se começasse, no mundo inteiro, a se abordar assuntos como sustentabilidade. Entretanto, a sustentabilidade não é operacional e não pode ser embutida na gestão.

Quando perguntado sobre qual a diferença real entre CVC e RSE, Porter responde: “[...] se você, de fato, deseja causar impacto na sociedade, encontre uma empresa que esteja lucrando enquanto aborda as questões sociais que a preocupem e não uma que faça bons relatórios sociais” (Porter, 2011, p.43).

O conceito de CVC se baseia nos fundamentos da estratégia: posicionamento, *trades-offs*, vantagem competitiva, cadeia de valor única. Para o autor, o CVC

permitiu um alargamento das oportunidades para a estratégia, posicionamento e vantagem competitiva, pois se um produto antes satisfazia apenas as necessidades convencionais, hoje é possível pensar nas necessidades da sociedade como um todo.

Porter também define a CVC como Responsabilidade Socioambiental Estratégica. Assim, a CVC leva em consideração o *core business* da empresa; ou seja, a empresa deve olhar sua cadeia de valor para descobrir que questões sociais e ambientais sofrem maior impacto de suas atividades.

Após o exposto, apresentar-se-á no próximo tópico os resultados da análise de conteúdo realizada nos Guia Exame de Sustentabilidade dos anos de 2007 e de 2016.

6 | ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS REPORTAGENS GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE (2007 E 2016)

Em relação à análise do Guia Exame de Sustentabilidade, optou-se por comparar as duas revistas que compõem o recorte temporal da pesquisa, os Guias de 2007 e de 2016.

Como já justificado anteriormente no tópico referente à metodologia, o ano de 2007 foi escolhido para análise, pois foi nesse ano que os editores do Guia modificaram o nome de Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa para Guia Exame de Sustentabilidade. Também em 2007 é a primeira vez que a revista tem uma parceria com a academia, através do Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas. Até 2006 a metodologia se baseava nos indicadores do Instituto Ethos. Em 2007 esse centro da FGV é que passa a ser responsável por avaliar a atuação financeira-social-ambiental das empresas que se inscrevem para fazer parte do Guia.

Assim, como explicam os editores em “Carta ao leitor” (Mais..., p.6) a mudança de nome não é puramente semântica.

A edição 2007 chega num momento de profunda reflexão das empresas, pressionadas pelas ameaças do aquecimento global, pela escassez cada vez maior de recursos naturais e pela necessidade brutal de atrair os melhores talentos e se posicionar perante a sociedade. Esperamos que este guia, com seus exemplos, ajude a iluminar essa reflexão (Mais..., p.6).

Na reportagem “A escolha das melhores” (A escolha..., p.12) os editores explicam qual foi a metodologia de análise utilizada para selecionar as empresas consideradas “modelos de sustentabilidade” do ano de 2007. Assim, foram inscritas 206 empresas neste ano e, após duas etapas de análise (análise estatística e aferição jornalística) por oito membros do Conselho Consultivo, foram selecionadas 20 empresas como modelos de sustentabilidade: Accor, Acesita, Amanco, Aracruz, Arcelor, Basf, Braskem, Caterpillar, CPFL, Elektro, IBM, Itaú, Mapfre, Natura, Philips, Promon, Real, Serasa, Suzano e Unilever.

A revista de 2016 apresenta a mesma metodologia da de 2007. Entretanto, agora a triagem passa por três etapas: seleção das empresas que obtiveram pontuação acima da média; apuração jornalística sobre as participantes; e avaliação de um conselho deliberativo formado por sete especialistas. Neste ano de 2016 foram inscritas 190 empresas e selecionadas as 69 melhores, divididas em 19 setores. Também foram eleitas empresas-destaque em dez temas-chave: Direitos Humanos, Ética e Transparência, Gestão da Água, Gestão da Biodiversidade, Gestão de Fornecedores, Gestão de Resíduos, Governança da Sustentabilidade, Mudanças Climáticas (inclui gestão de energia), Relação com a Comunidade e Relação com clientes. E, por último, recebeu destaque a empresa sustentável do ano: Klabin.

As 69 empresas que aparecem no Guia Exame de Sustentabilidade de 2016 são: Bunge, Amaggi, Cargill, Grupo Volvo, Baterias Moura, Weg, Natura, Ambev, Avon, Brasil Kirin, Grupo Boticário, Grupo Malwee, Nestlé, Unilever, Zanzini (PME), Precon Engenharia (PME), Even, Siemens, Embraco, HP, Schneider Electric, Whirlpool, AES Brasil, Celesc, CPFL, Duke Energy, EDP, Elektro, Enel, Light, Novartis, Eurofarma, Grupo Rio Quente (PME), CCR, Ecorodovias, Itaú Unibanco, Grupo BB e Mapfre, Santander, Duratex, Masisa, Votorantim Cimentos, Votorantim Metais, Alcoa, Aperam, Novelis, Yamana, Klabin, Fibria, Beraca (PME), Basf, Clariant, Dow, Firmenich, Termotécnica, White Martins, Hospital Sírio-Libanês, Grupo Fleury, Hospital Albert Einstein, Laboratório Sabin (PME), IBM, EY, Algar Telecom, Telefônica Vivo, Lojas Renner, Copagaz, Ultra, Localiza, Walmart, Banco Votorantim.

A análise de conteúdo indicou que a categoria “sustentabilidade” é a que mais aparece nos dois anos da revista. O segundo termo que mais aparece nos dois anos são “colaborador” em 2007 e “fornecedor” em 2016. O termo “poder público” aparece exatamente o mesmo número de vezes nas duas revistas. Já “pequenas e médias empresas” não aparece em 2007, mas aparece 8 vezes em 2016. Por outro lado, as palavras-chave “responsáveis” e “*stakeholders*” não aparecem em 2016, mas em 2007 apareciam 10 vezes e 16 vezes, respectivamente. Também é interessante observar que as categorias “responsabilidade corporativa”, “responsabilidade social” e “responsabilidade socioambiental” que apareciam 8, 14 e 6 vezes, respectivamente, em 2007, praticamente “desapareceram” em 2016, com apenas uma presença na revista cada uma.

Essa análise permite concluir que a palavra “colaborador” provavelmente apareceu mais na revista de 2007 porque até então a revista se chamava Guia Exame da Boa Cidadania Corporativa e tinha um enfoque muito maior em temas de responsabilidade social que abordavam questões mais ligadas à qualidade de vida no trabalho. Em 2016, entretanto, com um enfoque mais voltado para o *Triple Bottom Line*, de Elkington, e a Cadeia de Valor Compartilhado, de Porter, o “fornecedor” se transforma em um *stakeholder* de maior peso para as empresas, que passam a considerá-lo em suas estratégias empresariais.

Em relação ao praticamente “desaparecimento” dos termos ligados à

“responsabilidade empresarial” pode-se atribuir a adoção do termo “sustentabilidade” (em suas vertentes social, ambiental e econômica) como seu substituto a partir da mais ampla divulgação do conceito de “desenvolvimento sustentável” e do protagonismo das empresas nas questões ligadas ao meio ambiente, principalmente a partir da Rio+20.

Considerando as empresas listadas nas duas revistas de 2007 e 2016, podem ser apontados os seguintes pontos.

As empresas Arcelor, Elektro e Itaú são as que mais aparecem quando se consideram todas as 20 categorias de análise no ano de 2007. A Telefônica Vivo, juntamente com a empresa Elektro (que recebe destaque novamente), são as que mais aparecem em 2016.

De modo geral, como “ações sustentáveis” dessas empresas, podem ser citados: reaproveitamento de resíduos industriais, reutilização da água, projetos de redução dos gases causadores do efeito estufa e projetos socioeducacionais nas comunidades do entorno.

Por sua vez, as reportagens em que as palavras-chave mais se repetiram em 2007 foram: “Todo mundo quer ser verde - Na busca por uma imagem ´ecologicamente correta´, as empresas investem em projetos de plantio de árvores, recuperação de águas contaminadas e até em jogos online que ensinam como montar a matriz energética de uma cidade virtual” (Todo..., p.102) e “Parem de gastar tanto dinheiro – Para o guru Michael Porter, as empresas deveriam selecionar melhor seus projetos de responsabilidade corporativa – e investir apenas naqueles que têm relação com seu negócio” (Parem..., p.86). Em 2016, a reportagem em que as palavras-chave apareceram o maior número de vezes foi “Rumo a uma nova era? – Valor da reputação, do acesso a recursos naturais, da relação com clientes... a pesquisa do Guia Exame de Sustentabilidade revela que as empresas avançam e passam a lidar com temas intangíveis” (Rumo..., p.88).

Como se pode observar pelos títulos das reportagens, apesar do conceito de sustentabilidade ter ganhado uma abordagem mais ampla através do *Triple Bottom Line*, as palavras-chave utilizadas como busca nesta pesquisa e que tem relação direta com o tema foram encontradas em maior quantidade em reportagens que tratam de temas ligados ao marketing e à imagem corporativa. Como avalia a própria revista na reportagem de 2016 “Rumo a uma nova era?” (Rumo..., p.88), os temas intangíveis começam a ganhar cada vez mais espaço nas organizações.

7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise de conteúdo das reportagens do Guia Exame de Sustentabilidade dos anos de 2007 e de 2016 permitiu concluir que as empresas “mais sustentáveis” do Brasil, de acordo com o discurso da revista, se preocupam cada vez mais com temas intangíveis como marca, imagem corporativa e sustentabilidade.

Desta forma, o tema da RSE tem emergido em uma abordagem de *Triple Bottom Line* e CVC em que está atrelada à estratégia empresarial e funciona como um fator de competitividade. Na busca dessa vantagem competitiva sustentável através de uma imagem corporativa responsável, as empresas vêm dedicando mais atenção à gestão dos seus *stakeholders*.

Também dentro do escopo da Cadeia de Valor Compartilhado de Porter, os fornecedores se destacam como um *stakeholder* de “peso”, uma vez que representam um papel estratégico bastante relevante para a gestão logística da sustentabilidade.

Deste modo, o relacionamento com os *stakeholders* pelas empresas praticantes de RSE, nesta perspectiva de ecoeficiência, apresenta-se como mais uma estratégia de metamorfose do Capitalismo Mundial Integrado que opera a partir do controle.

As “ações sustentáveis” que tiveram destaque na análise são aquelas em que as empresas atuam como o Estado e, conforme apontaram Deleuze e Guattari (1997), o Estado, no contexto do CMI, é o próprio capital. Assim, pode-se afirmar que a RSE acaba funcionando como um mecanismo de controle social na sociedade contemporânea, criando demanda para novos mercados de consumo e utilizando seu “papel social” como estratégia de vantagem competitiva.

REFERÊNCIAS

A ESCOLHA DAS MELHORES. **Guia exame de sustentabilidade**, São Paulo, dez. 2007. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2007/>>. Acesso em: 28 mai. 2014.

AAKER, D. A. **Administração estratégica de mercado**. Porto Alegre: Bookman, 2012.

ANGELONI, *et. al.* **Estratégias**: formulação, implementação e avaliação: o desafio das organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2008.

BACHA, M. de L. SANTOS, J. SCHAUN, A. **Considerações teóricas sobre o conceito de sustentabilidade**. In: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, VII, Resende, 2010. **Anais...** Disponível em: <http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos10/31_cons%20teor%20bacha.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2015.

BARBIERI, J. C. CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. **Vigilância Líquida**: diálogos com David Lyon. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BECKER, H. S. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BORGER, F. G. **Pressupostos teóricos e aplicados da responsabilidade social corporativa**. In: KUNSCH, M. K.; KUNSCH, W. L. K. (org.). **Relações públicas comunitárias: a comunicação em**

uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.

BUSCH, S. E; RIBEIRO, H. Responsabilidade socioambiental empresarial: revisão da literatura sobre conceitos. **Interfacehs: Journal of Health, Environment and Sustainability**, 4(2), 2-25, 2009.

DELEUZE, G. **Conversações**. Tradução de Peter Pál Pelbart. São Paulo: Ed. 34, 1992.

_____. GUATTARI, F. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo: Ed. 34, 1997. Vol. 5.

DI SERIO, L. C. VASCONCELLOS, M. A. de. **Estratégia e competitividade empresarial**: inovação e criação de valor. São Paulo: Saraiva, 2009.

ELKINGTON, J. Governance for sustainability. **Corporate Governance**: an international review. v.14, n.6, p.522-529, nov.2006. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=939835>. Acesso em: 21 mai. 2017.

_____. **Sustentabilidade** - canibais com garfo e faca. São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2012.

GONÇALVES, S. A. VIZEU, F. **Pensamento estratégico**: origens, princípios e perspectivas. São Paulo: Atlas, 2010.

GONDIM, S. M. G. BENDASSOLLI, P. F. Uma crítica da utilização da análise de conteúdo qualitativa em Psicologia. **Psicologia em Estudo**. Maringá. v.19, n.2, p.191-199, abr./jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302012000300003&lng=pt&nrm=iso&tlng=en>. Acesso em: 02 dez. 2015.

GUATTARI, F. **Revolução molecular**: pulsações políticas do desejo. Tradução de Suely Belinha Rolnik. São Paulo: Brasiliense, 1981.

KOTLER, P. KARTAJAYA, H. SETIAWAN, I. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. São Paulo: Elsevier, 2010.

LEMOS, H. M. de. **Responsabilidade socioambiental**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

MAIS UM GRANDE PASSO ADIANTE. **Guia exame de sustentabilidade**, São Paulo, dez. 2007. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2007/>>. Acesso em: 28 mai. 2014.

MINTZBERG, H. *et al.* **O processo da estratégia**: conceitos, contextos e casos selecionados. Porto Alegre: Bookman, 2005.

OLIVEIRA, E. C. de. GUIMARÃES, R. S. Marketing ambiental e limitação ao greenwashing no Brasil de acordo com as novas normas do CONAR. **Revistas Jurídicas**. n.6. Faculdade de Direito da Universidade de Rio Verde, 2012.

OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na sociedade**: sustentabilidade e responsabilidade social. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

PAREM DE GASTAR TANTO DINHEIRO. **Guia exame de sustentabilidade**, São Paulo, dez. 2007. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2007/>>. Acesso em: 28 mai. 2014.

PORTER, M. E. **Competitive advantage**: creating and sustaining superior performance. New York: Free Press; London: Collier Macmillan, 1985.

_____. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

_____. Capitalismo do valor compartilhado. **HSM Management**. Set-Out, 2011.

RIZZINI, I. **Pesquisando**: guia de metodologias de pesquisa para programas sociais. Rio de Janeiro: USU Ed. Universitária, 1999.

RUMO A UMA NOVA ERA. **Guia exame de sustentabilidade**, São Paulo, nov. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2007/>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

SAUERBRONN, F. F. SAUERBRONN, J. F. Estratégias de responsabilidade social e esfera pública: um debate sobre *stakeholders* e dimensões sociopolíticas de ações empresariais. **RAP – Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro. v.45, n.2, mar-abr 2011. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/issue/view/784>>. Acesso em: 03 nov. 2015.

TAVARES, F. FERREIRA, G. G. T. Marketing verde: um olhar sobre as tensões entre *greenwashing* e ecopropaganda na construção do apelo ecológico na comunicação publicitária. **Revista Espaço Acadêmico**. n.138. Ano XII. Nov. 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/18725>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

_____. “Sustentabilidade líquida”: o consumo da natureza e a dimensão do capitalismo rizomático nos platôs da sociedade de controle. **Revista Sinais Sociais**, v.9, n.26, p.71-95, Rio de Janeiro, set-dez 2014. Disponível em: <<http://www.sesc.com.br/portal/publicacoes/sesc/revistas/sinaissociais/n26/setembro+dezembro+de+2014>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

TENÓRIO, F. G. *et.al.* (coord.). **Responsabilidade social empresarial**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TODO MUNDO QUER SER VERDE. **Guia exame de sustentabilidade**, São Paulo, dez. 2007. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/arquivo/2007/>>. Acesso em: 28 mai. 2014.

TÖPKE, D. R. TAVARES, F. Guia Exame de Sustentabilidade: a Responsabilidade Socioambiental Empresarial nas tramas do Controle e do Capital. In: **ANPPAS – Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade**. VII, 2015, Brasília. **Anais...** Disponível em: <<http://icongresso.itarget.com.br/useradm/anais/?clt=ann.2&lng=P>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

VASCONCELOS, F. C. CYRINO, A. B. Vantagem Competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. **RAE: Revista de Administração de Empresas**, Organização, Recursos Humanos e Planejamento, v.40, n.40, Out/Dez 2000, p.20-37.

SOBRE O ORGANIZADOR

Alan Mario Zuffo - Engenheiro Agrônomo (Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT/2010), Mestre em Agronomia – Produção Vegetal (Universidade Federal do Piauí – UFPI/2013), Doutor em Agronomia – Produção Vegetal (Universidade Federal de Lavras – UFLA/2016). Atualmente, é professor visitante na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS no Campus Chapadão do Sul. Tem experiência na área de Agronomia – Agricultura, com ênfase em fisiologia das plantas cultivadas e manejo da fertilidade do solo, atuando principalmente nas culturas de soja, milho, feijão, arroz, milheto, sorgo, plantas de cobertura e integração lavoura pecuária. E-mail para contato: alan_zuffo@hotmail.com

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-287-6

