

MEIO AMBIENTE, SUSTENTABILIDADE E AGROECOLOGIA 3

**Tayronne de Almeida Rodrigues
João Leandro Neto
Dennyura Oliveira Galvão
(Organizadores)**

Atena
Editora

Ano 2019

Tayronne de Almeida Rodrigues
João Leandro Neto
Dennyura Oliveira Galvão
(Organizadores)

Meio Ambiente, Sustentabilidade e
Agroecologia
3

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)

M514 Meio ambiente, sustentabilidade e agroecologia 3 [recurso eletrônico]
/ Organizadores Tayronne de Almeida Rodrigues, João Leandro Neto, Dennyura Oliveira Galvão. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Meio Ambiente, Sustentabilidade e Agroecologia; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-329-3

DOI 10.22533/at.ed.293191604

1. Agroecologia – Pesquisa – Brasil. 2. Meio ambiente – Pesquisa – Brasil. 3. Sustentabilidade. I. Rodrigues, Tayronne de Almeida. II. Leandro Neto, João. III. Galvão, Dennyura Oliveira. IV. 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.

APRESENTAÇÃO

A obra Meio Ambiente, Sustentabilidade e Agroecologia vem tratar de um conjunto de atitudes, de ideias que são viáveis para a sociedade, em busca da preservação dos recursos naturais.

Em sua origem a espécie humana era nômade, e vivia integrada a natureza, sobreviviam da caça e da colheita. Ao perceber o esgotamento de recursos na região onde habitavam, migravam para outra área, permitindo que houvesse uma reposição natural do que foi destruído. Com a chegada da agricultura o ser humano desenvolveu métodos de irrigação, além da domesticação de animais e também descobriu que a natureza oferecia elementos extraídos e trabalhados que podiam ser transformados em diversos utensílios. As pequenas tribos cresceram, formando cidades, reinos e até mesmo impérios e a intervenção do homem embora pareça benéfica, passou a alterar cada vez mais negativamente o meio ambiente.

No século com XIX as máquinas a vapor movidas a carvão mineral, a Revolução Industrial mudaria para sempre a sociedade humana. A produção em grande volume dos itens de consumo começou a gerar demandas e com isso a extração de recursos naturais foi intensificada. Até a agricultura que antes era destinada a subsistência passou a ter larga escala, com cultivos para a venda em diversos mercados do mundo. Atualmente esse modelo de consumo, produção, extração desenfreada ameaça não apenas a natureza, mas sua própria existência. Percebe-se o esgotamento de recursos essenciais para as diversas atividades humanas e a extinção de animais que antes eram abundantes no planeta. Por estes motivos é necessário que o ser humano adote uma postura mais sustentável.

A ONU desenvolveu o conceito de sustentabilidade como desenvolvimento que responde as necessidades do presente sem comprometer as possibilidades das gerações futuras de satisfazer seus próprios anseios. A sustentabilidade possui quatro vertentes principais: ambiental, econômica, social e cultural, que trata do uso consciente dos recursos naturais, bem como planejamento para sua reposição, bem como no reaproveitamento de matérias primas, no desenvolvimento de métodos mais baratos, na integração de todos os indivíduos na sociedade, proporcionando as condições necessárias para que exerçam sua cidadania e a integração do desenvolvimento tecnológico social, perpetuando dessa maneira as heranças culturais de cada povo. Para que isso ocorra as entidades e governos precisam estar juntos, seja utilizando transportes alternativos, reciclando, incentivando a permacultura, o consumo de alimentos orgânicos ou fomentando o uso de energias renováveis.

No âmbito da Agroecologia apresentam-se conceitos e metodologias para estudar os agroecossistemas, cujo objetivo é permitir a implantação e o desenvolvimento de estilos de agricultura com maior sustentabilidade, como bem tratam os autores desta obra. A agroecologia está preocupada com o equilíbrio da natureza e a produção de alimentos sustentáveis, como também é um organismo vivo com sistemas integrados

entre si: solo, árvores, plantas cultivadas e animais.

Ao publicar esta obra a Atena Editora, mostra seu ato de responsabilidade com o planeta quando incentiva estudos nessa área, com a finalidade das sociedades sustentáveis adotarem a preocupação com o futuro.

Tenham uma excelente leitura!

Tayronne de Almeida Rodrigues

João Leandro Neto

Dennyura Oliveira Galvão

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
CÍRCULO DA SUSTENTABILIDADE: UM MÉTODO DIDÁTICO-PEDAGÓGICO PARA AVALIAR A SUSTENTABILIDADE DE ASSENTAMENTOS RURAIS NA AMAZÔNIA NORTE MATO-GROSSENSE	
<i>Wagner Gervazio</i> <i>Sonia Maria Pessoa Pereira Bergamasco</i>	
DOI 10.22533/at.ed.2931916041	
CAPÍTULO 2	11
CENTROS PÚBLICOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: A REALIDADE PARANAENSE	
<i>Priscila Terezinha Aparecida Machado</i> <i>Luís Miguel Luzio dos Santos</i> <i>Jéssica Pereira de Mello</i>	
DOI 10.22533/at.ed.2931916042	
CAPÍTULO 3	30
CICLO DE VIDA DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS UTILIZADOS PELO PÚBLICO DO ENSINO MÉDIO DO MUNICÍPIO DE DOURADOS- MS	
<i>Jane Corrêa Alves Mendonça</i> <i>Letícia Rumão Santos</i>	
DOI 10.22533/at.ed.2931916043	
CAPÍTULO 4	40
ENSINO DA MATEMÁTICA E DA PESQUISA-AÇÃO NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL	
<i>Andrieli Taís Hahn Rodrigues</i> <i>Rúbia Emmel</i>	
DOI 10.22533/at.ed.2931916044	
CAPÍTULO 5	50
FEIRA AGROECOLÓGICA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS	
<i>Keile Aparecida Beraldo</i> <i>Rose Mary Gondim Mendonça</i> <i>Juliana Aguiar de Melo</i> <i>Sonia Cristina Dantas de Brito</i>	
DOI 10.22533/at.ed.2931916045	
CAPÍTULO 6	56
FEIRA ECOLÓGICA DA UPF – CONSTRUÇÃO DO ESPAÇO DE APRENDIZADOS EM AGROECOLOGIA NA UNIVERSIDADE	
<i>Claudia Petry</i> <i>Elisabeth Maria Foschiera</i> <i>Rodrigo Marciano Luz</i> <i>Lísia Rodigheri Godinho</i> <i>Isabel Cristina Lourenço da Silva</i> <i>Claudia Braga Dutra</i>	
DOI 10.22533/at.ed.2931916046	

CAPÍTULO 7 65

ASSENTAMENTO SÃO FRANCISCO: UMA TEIA DE PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL

Matheus Martins Mendes

André Victor Sales Passos

Carol Rebouças da Silva

DOI 10.22533/at.ed.2931916047

CAPÍTULO 8 71

JORNADAS AGROECOLÓGICAS DO BAIXO MUNIM COMO INSTRUMENTO PEDAGÓGICO PARA TROCA E VALIDAÇÃO DE CONHECIMENTO ENTRE AGRICULTORES E ESTUDANTES DO NÚCLEO DE ESTUDOS EM AGROECOLOGIA

Vivian do Carmo Loch

Georgiana Eurides de Carvalho Marques

Ana Célia França Sousa

José Felipi Sousa Lima

Marciel Nascimento Justino

Lucas Abreu

DOI 10.22533/at.ed.2931916048

CAPÍTULO 9 76

INSTITUCIONALIZAÇÃO E FRAGILIZAÇÃO DAS DINÂMICAS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL NO ÂMBITO DA POLÍTICA NACIONAL DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL

Juliano Luís Palm

DOI 10.22533/at.ed.2931916049

CAPÍTULO 10 92

INTERAÇÕES ECOLÓGICAS E AÇÃO ANTRÓPICA NO CONTEXTO INSULAR AMAZÔNICO – DA HARMONIA À DISSONÂNCIA AMBIENTAL NA ILHA DO COMBÚ, BELÉM – PARÁ

Denival de Lira Gonçalves

DOI 10.22533/at.ed.29319160410

CAPÍTULO 11 103

TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA E CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTOS NA IMPLANTAÇÃO DE SISTEMAS AGROFLORESTAIS COM AGRICULTORES FAMILIARES DO CAROEBE, RR

Teresinha Costa Silveira de Albuquerque

Alcides Galvão dos Santos

Carlos Eugenio Vitoriano Lopes

DOI 10.22533/at.ed.29319160411

CAPÍTULO 12 109

TRILHA DO MEL_ IDEALIZAÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE UM ROTEIRO INTERPRETATIVO NO PARQUE ESTADUAL DA PEDRA BRANCA, RJ

Ingrid Almeida de Barros Pena

Christiane dos Santos Rio Branco

DOI 10.22533/at.ed.29319160412

CAPÍTULO 13	119
RESIDÊNCIA AGRÁRIA JOVEM E A DIMENSÃO CULTURAL NA AGROECOLOGIA	
<i>Luana Patrícia Costa Silva</i>	
<i>Luana Fernandes Melo</i>	
<i>Alexandre Eduardo de Araújo</i>	
<i>Severino Bezerra da Silva</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160413	
CAPÍTULO 14	125
SABERES TRADICIONAIS EM COMUNIDADES QUILOMBOLAS DO PAMPA: APRENDENDO COM A COMUNIDADE IBICUÍ DA ARMADA	
<i>Cassiane da Costa</i>	
<i>Altacir Bunde</i>	
<i>Cláudio Becker</i>	
<i>Márcio Zamboni Neske</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160414	
CAPÍTULO 15	132
RELAÇÃO ENTRE CAPITAL NATURAL E SERVIÇOS ECOSISTÊMICOS: REVISÃO SISTEMATIZADA	
<i>Amanda Silveira Carbone</i>	
<i>Marcelo Limont</i>	
<i>Valdir Fernandes</i>	
<i>Arlindo Philippi Jr</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160415	
CAPÍTULO 16	142
REFLEXÕES E PERSPECTIVAS DOS JOVENS RURAIS DO PROJETO AGROECOLÓGICO E CIDADÃO DA JUVENTUDE DOS ASSENTAMENTOS NA AMAZÔNIA	
<i>Eliane Silva Leite</i>	
<i>Ana Paula da Silva Bertão</i>	
<i>Clodoaldo de Oliveira Freitas</i>	
<i>Ailton Nunes Santos</i>	
<i>Fábio Assis de Menezes</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160416	
CAPÍTULO 17	148
SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA NA GESTÃO DE RESÍDUOS NOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO OESTE DO PARANÁ	
<i>Ana Solange Biesek</i>	
<i>Lorivan Webber</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160417	
CAPÍTULO 18	159
PRODUÇÃO ORGÂNICA: FORMAÇÃO DE UM GRUPO DE ORGANIZAÇÃO DE CONTROLE SOCIAL	
<i>Lídia Rodrigues Ferreira Jardim</i>	
<i>Luciana Silva</i>	
<i>Adílio Diego de Oliveira França</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160418	

CAPÍTULO 19	165
SUGESTÃO DE PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO FUNDAMENTAL	
<i>Vânia Sueli da Costa</i>	
<i>Virgínia Scheidegger da Costa Oliveira</i>	
<i>Glauco da Costa Theodoro</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160419	
CAPÍTULO 20	173
UMA ANÁLISE SEQUENCIAL DAS ATIVIDADES DE PROJETO NO MECANISMO DE DESENVOLVIMENTO LIMPO NO BRASIL, 2007 A 2016	
<i>Edilberto Martins Dias Segundo</i>	
<i>Ana Cândida Ferreira Vieira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160420	
CAPÍTULO 21	185
UMA ANÁLISE SOBRE A INTENÇÃO DE CONSUMO DE PRODUTOS ORGÂNICOS SOB O EFEITO DE MODERAÇÃO GERACIONAL	
<i>Luiz Henrique Lima Faria</i>	
<i>Rafael Buback Teixeira</i>	
<i>Ana Luísa Santos Oliveira</i>	
<i>Guilherme Correia Furlani</i>	
<i>Mateus Neves Merçon</i>	
<i>Miguel Carvalho Cezar</i>	
<i>Wilson Carlos dos Santos Junior</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160421	
CAPÍTULO 22	200
PLANTAS ALIMENTÍCIAS NÃO CONVENCIONAIS (PANC): UM DIAGNÓSTICO REALIZADO POR JOVENS RURAIS	
<i>Erasto Viana Silva Gama</i>	
<i>Carla Teresa dos Santos Marques</i>	
<i>Karolina Batista Souza</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160422	
CAPÍTULO 23	206
PLANTAS FITOTERÁPICAS: EFEITO DE DIFERENTES CONCENTRAÇÕES DE AIB NO ENRAIZAMENTO DE <i>Arrabidaea chica</i> (HUMB. & BONPL.) B. VERL. (PARIRI)	
<i>Raphael Lobato Prado Neves</i>	
<i>Osmar Alves Lameira</i>	
<i>Ana Paula Ribeiro Medeiros</i>	
<i>Fábio Miranda Leão</i>	
<i>Mariana Gomes de Oliveira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160423	
CAPÍTULO 24	211
PRATICANDO SUSTENTABILIDADE – PROJETO COMPOSTEIRA	
<i>Mayara Cristina Santos Marques</i>	
<i>Ana Cláudia Colle</i>	
<i>Victor Cavalcanti Kirsch</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160424	

CAPÍTULO 25	219
PRODUÇÃO DE BARRA DE CEREAIS ADICIONADA COM RESÍDUO AGROINDUSTRIAL DO FRUTO DE QUIPÁ (<i>Tacinga inamoena</i>)	
<i>Ana Paula Costa Câmara</i>	
<i>Robson Rogério Pessoa Coelho</i>	
<i>Túlio de Araújo Nascimento</i>	
<i>Kaliane Débora Aguiar da Silva</i>	
<i>Frederico Campos Pereira</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160425	
CAPÍTULO 26	226
INOVAÇÃO EM AGROECOLOGIA: ADOÇÃO E USO DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA POR ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS OU PRIVADAS NO DISTRITO FEDERAL	
<i>Tallyrand Moreira Jorcelino</i>	
<i>Jorge Alfredo Cerqueira Streit</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160426	
CAPÍTULO 27	232
O COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DOS VALORES ESPOSADOS DAS ORGANIZAÇÕES CONSTITUINTES DO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL DE 2016	
<i>Ana Lúcia Stockler</i>	
<i>Darcy M. M. Hanashiro</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160427	
CAPÍTULO 28	248
O QUINTAL AGROFLORESTAL INDÍGENA COMO RECURSO DIDÁTICO NAS AULAS DE AGROECOLOGIA E EXTENSÃO RURAL	
<i>Elenilson Silva de Oliveira</i>	
<i>Jamison Barbosa de Oliveira</i>	
<i>Gabriel Felipe Duarte dos Santos</i>	
<i>Janderson Rocha Garcez</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160428	
CAPÍTULO 29	255
ORGANIZAÇÃO DE FAMÍLIAS CAMPONESAS PARA MULTIPLICAÇÃO DE SEMENTES DE MILHO CRIOULO COMO ESTRATÉGIA DE SOBERANIA ALIMENTAR NO NORDESTE PARAENSE	
<i>Lidenilson Sousa da Silva</i>	
<i>William Santos de Assis</i>	
<i>Valdir da Cruz Rodrigues</i>	
<i>Antonia Borges da Silva</i>	
<i>Heloiza Sousa de Andrade Nunes</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160429	
CAPÍTULO 30	263
EFICIÊNCIA DOS SISTEMAS DE COMPOSTAGEM PROTEGIDA NA REDUÇÃO DE ARTRÓPODES, POTENCIAIS VETORES DE DOENÇAS	
<i>Marcia Seidenfuz Schulz</i>	
<i>Vidica Bianchi</i>	
<i>Daniel Rubens Cenci</i>	
DOI 10.22533/at.ed.29319160430	
SOBRE OS ORGANIZADORES	271

O COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DOS VALORES ESPOSADOS DAS ORGANIZAÇÕES CONSTITUINTES DO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL DE 2016

Ana Lúcia Stockler
Darcy M. M. Hanashiro

INTRODUÇÃO

O presente capítulo aborda o tema dos valores esposados, ou expostos, como um dos elementos da cultura organizacional, e sua importância no processo de comunicação, transmissão e declaração do compromisso que determinadas empresas possuem com a sustentabilidade. Para endereçar esse propósito, foi realizada uma investigação dos sites das trinta e cinco empresas que compõem a 11ª Carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) de 2016. O desenho metodológico dessa ferramenta, criada para análise comparativa da performance das empresas listadas na BM&FBOVESPA, principalmente sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, é de responsabilidade do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV-EAESP (GVces). Por fazerem parte do ISE, essas empresas tendem a ser consideradas modelo de alto comprometimento em relação aos desafios do desenvolvimento sustentável. Faz-se necessário, pois, que as mesmas consigam transmitir adequadamente essa postura por meio dos valores expostos e comunicados em

seus respectivos sites. Estes são valores que a alta direção de uma organização declara publicamente e que, assim como visão, missão, crenças, ações, constituem elementos que explicitam a cultura organizacional. Dessa forma, na medida em que esses elementos consideram a sustentabilidade, podem contribuir para transmitir uma cultura organizacional que incorpora a sustentabilidade em suas metas, estratégias e normas, por exemplo.

Nos últimos dez anos, muitos estudos realizados sobre empresas da carteira do ISE tenderam a focar nos aspectos financeiros da mesma, como custos sociais e ambientais, valores de investimento social privado, ou então na reputação corporativa. Porém, pouco se investigou acerca dos valores esposados e declarados publicamente por essas empresas que se espera que possuam uma cultura organizacional comprometida com a sustentabilidade. Tendo em vista esta lacuna de estudos em relação ao assunto, buscou-se realizar uma pesquisa qualitativa cujo principal objetivo foi o de identificar se as organizações constituintes do ISE revelam uma cultura organizacional para a sustentabilidade por meio de valores esposados comunicados em seus respectivos sites. Como objetivos específicos, procurou-se: 1) Mapear nos sites os demais

elementos reveladores de uma cultura organizacional, como visão, missão, crenças, filosofias, estratégias e ações, que pudessem contribuir para transmitir uma cultura organizacional voltada para a sustentabilidade; 2) Identificar as empresas que melhor se posicionam e transmitem uma cultura organizacional para a sustentabilidade.

O estudo em questão contribui para o avanço da literatura científica referente a valores esposados e o tema sustentabilidade, fornecendo elementos para uma discussão acerca da importância da expressão e clara comunicação desses valores, para que possam transmitir e espelhar a cultura organizacional. Como contribuição prática, realizou-se uma análise detalhada do retrato das empresas, a partir de informações em seus documentos públicos dos respectivos sites, que foram eleitas as mais notórias em termos de compromisso com a sustentabilidade no país, em 2016. Os resultados contribuíram para ressaltar os sites das empresas que se destacam como possíveis modelos para melhor transmitirem um alto comprometimento das mesmas com os desafios da sociedade atual, em termos de sustentabilidade.

OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE E A CULTURA ORGANIZACIONAL PARA A SUSTENTABILIDADE

Este estudo aborda a problematização acerca dos desafios da sustentabilidade e do ambiente empresarial privado no Brasil, que apresenta, cada vez mais, a necessidade premente de transformar sua cultura organizacional em uma cultura organizacional para a sustentabilidade. O país já foi palco de duas notórias conferências internacionais sobre o tema, que foram a Rio-92 (Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento) e a Rio+20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável).

O conceito de desenvolvimento sustentável foi desenvolvido por um grupo de países, em 1987, liderado pela então primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, presidente da Comissão Mundial de Ambiente e Desenvolvimento da ONU. O relatório Nosso Futuro Comum, documento central ao desenvolvimento e disseminação do conceito de sustentabilidade, acabou sendo batizado de Relatório Brundtland, em homenagem à primeira ministra. Definiu-se que desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro (BRUNDTLAND, 1987).

Apesar de o desafio imposto pelo desenvolvimento sustentável ser de responsabilidade de todos, governos, organizações e sociedade civil, um dos temas mais delicados dos últimos vinte anos é particularmente ligado ao empresariado em razão da necessidade de mudança dos padrões de produção e consumo no mundo. Esses padrões são símbolos do modelo capitalista selvagem que impera em diversos continentes e que já se provou insustentável. “Que ritmo de crescimento é suportável numa economia? E qual é o tamanho ótimo da escala macroeconômica diante da

capacidade de suporte que a natureza apresenta?” (CAVALCANTI, 2012, p. 35).

Durante a Rio-92, foi aprovado universalmente o modelo de sustentabilidade criado por John Elkington, sociólogo britânico considerado “o pai da Sustentabilidade”, nos anos 1980, que é o conceito de Triple Bottom Line. Este conceito consiste em um modelo de uma nova economia que terá de ser fundada sobre três pilares: econômico, ambiental e social. Elkington (2011) defende que a tentativa em alicerçar, qualquer ação ou estratégia, em dois de quaisquer dos três pilares conduziria ao fracasso. De fato, a sustentabilidade dos negócios será seriamente abalada pelas questões ambientais em um mundo cada vez mais ameaçado pela drástica redução de seus recursos naturais, pelos rumos desastrosos que a mudança do clima está impondo ao planeta e pela desigualdade social. O autor menciona, que, sem ambiente, não há matérias-primas, e sem justiça social não haverá consumidores com capacidade financeira, o que afetará a sobrevivência das economias. A citação a seguir reforça o imperativo do desenvolvimento sustentável para o contexto global contemporâneo:

Os desafios enfrentados pela humanidade são grandes, indiscutíveis e globais. As desigualdades econômicas, sociais e ambientais são abundantes e estão aumentando. As empresas estão entre as instituições mais influentes do mundo. Elas têm uma tremenda oportunidade de moldar um mundo melhor tanto para as gerações existentes quanto para as futuras. [...] O novo contexto global dos negócios requer uma definição dos negócios que englobe as aspirações, responsabilidades e atividades corporativas em termos realistas e contemporâneos que devem ir além de explicações focadas puramente em finanças. O propósito da empresa globalmente responsável é o de criar progresso econômico e social de um modo globalmente responsável e sustentável (LIDERANÇA GLOBALMENTE RESPONSÁVEL: UM CHAMADO AO ENGAJAMENTO, 2005, p. 2)

Toda essa urgência, para se endereçar mundialmente, de forma séria e comprometida, os desafios impostos pelo desenvolvimento sustentável global, traz à tona a necessidade de as empresas incorporarem a sustentabilidade em sua cultura organizacional, agindo de forma socialmente responsável. Discussões sobre uma cultura organizacional voltada para a sustentabilidade são defendidas por diversos autores e fóruns ligados à sustentabilidade. Alguns autores defendem que uma cultura da sustentabilidade é fomentada por reivindicações mais intransigentes dos consumidores, legislações mais rigorosas e restrições de recursos que ajudam a acelerar a adaptação das indústrias às demandas por uma sociedade mais sustentável (AMMENBERG; SUNDIN, 2005; SPANGENBERG *et al*, 2010; TESTA; IRALDO, 2010; HALLSTEDT *et al*, 2013 *apud* MARCON; SORIANO-SIERRA, 2017). Essas demandas crescentes dos consumidores engendrando a adoção de práticas sustentáveis implicam em uma mudança de cultura no seu sentido amplo, como complexo que abarca o conhecimento, as crenças, a arte, a compreensão da ética, a moral, as leis, os costumes, hábitos e as habilidades desenvolvidas pelos membros de uma comunidade (TYLOR, 1871 *apud* MARCON; SORIANO-SIERRA, 2017). Assim, é importante ressaltar a vinculação necessária de uma abordagem sustentável nas

organizações e suas estratégias de negócios, como ressalta MARCON; SORIANO-SIERRA, 2017:

[...] Adotar posturas sustentáveis dentro das organizações pressupõe uma mudança cultural, a fim de que os processos internos sejam adaptados visando à promoção do bem-estar da coletividade e, ainda, que o desenvolvimento sustentável integre a estratégia corporativa e contribua para o crescimento da organização. (MARCON; SORIANO-SIERRA, 2017, p. 38)

Romano *et al* (2014) mencionam que existem discussões na literatura acerca da inclusão da cultura organizacional como dimensão da sustentabilidade no ambiente empresarial, bem como a importância da cultura organizacional para o sucesso das práticas de sustentabilidade corporativa.

Linnenluecke e Griffiths (2010) abordam que ainda existe uma falta de clareza sobre o que constitui a sustentabilidade corporativa e como alcançá-la. Por esse motivo, muitos estudiosos sugerem que o caminho para a adoção dos princípios da sustentabilidade corporativa leva à adoção de uma cultura organizacional orientada para a sustentabilidade.

Porém, os autores afirmam que existem diversas barreiras e limitações para a mudança de cultura relacionada à sustentabilidade, como a rigidez organizacional e a existência de subculturas dentro da organização. Em contrapartida, a adoção de princípios de sustentabilidade corporativa pode ocorrer em dimensões diferentes. Nesse sentido, os autores sugerem a realização de ações ligadas à sustentabilidade que propiciem mudanças nos valores e crenças dos funcionários ou mesmo nos pressupostos.

CULTURA ORGANIZACIONAL REVELADA PELOS VALORES ESPOSADOS

Cultura organizacional é um tema amplamente debatido na comunidade acadêmica e apresenta várias abordagens teóricas. Um dos conceitos amplamente adotado foi desenvolvido por Schein (2009), que apresenta a seguinte definição de cultura organizacional:

[...] um padrão de suposições básicas compartilhadas, que foi aprendido por um grupo à medida que solucionava seus problemas de adaptação externa e de integração interna. Esse padrão tem funcionado bem o suficiente para ser considerado válido e, por conseguinte, para ser ensinado aos novos membros como o modo correto de perceber, pensar e sentir-se em relação a esses problemas. (SCHEIN, 2009, p. 16).

A definição de Schein deixa claro que a cultura se desenvolve em quaisquer unidades sociais que tenham uma história compartilhada. E a estabilidade dos membros do grupo, bem como a intensidade emocional das experiências históricas compartilhadas, influenciará a força dessa cultura.

A cultura pode ser formada de dois modos básicos. Em um grupo desestruturado,

a interação espontânea gradualmente levará a padrões e normas de comportamento, as quais se tornarão a cultura desse grupo. Por outro lado, em grupos mais formais, o fundador individual, ou o líder, inicialmente imporá ao grupo suas visões, metas, crenças, valores e suposições pessoais, os quais, caso levem ao sucesso, serão confirmados e reforçados, passando a ser reconhecidos e compartilhados, formando a cultura (SCHEIN, 2009).

A cultura pode ser analisada em vários níveis diferentes. Cada nível pressupõe um maior ou menor grau de visibilidade dessa cultura pelo observador. Assim, a cultura pode se manifestar de forma muito tangível ou de forma mais sutil e profunda (SCHEIN, 2009).

No primeiro nível encontram-se os artefatos. Estes consistem em estruturas e processos organizacionais visíveis, como a arquitetura do ambiente físico, a linguagem, a tecnologia, os produtos, o vestuário, maneiras de comunicar, manifestações emocionais, mitos e histórias contadas sobre a organização; sua lista explícita de valores; seus rituais e cerimônias observáveis. Os artefatos são fáceis de serem observados, porém difíceis de serem decifrados e podem ser interpretados de maneiras distintas dependendo do observador.

O segundo nível consiste em crenças e valores expostos ou esposados. Encontram-se neste nível estratégias, metas, filosofias, normas e regras de comportamento assumidos, usados pelos membros da cultura como meio de retratá-la; são justificativas expostas, um conjunto de crenças e valores baseados em aprendizagem anterior, que se torna embutido em uma ideologia ou filosofia organizacional e pode servir como guia, como um modo de lidar com situações diversas.

No nível mais profundo, as suposições básicas dizem respeito às crenças, percepções, pensamentos e sentimentos inconscientes, assumidos como verdadeiros e com alto grau de consenso, resultante do sucesso repetido em implementar tais crenças e valores. As suposições básicas representam a essência da cultura que, uma vez compreendida, guiará o observador para compreender facilmente os níveis mais superficiais da cultura.

Em resumo, “embora a essência da cultura de um grupo seja o seu padrão de suposições básicas, compartilhadas e assumidas como verdadeiras, ela se manifestará no nível dos artefatos observáveis e das crenças e valores assumidos e compartilhados” (SCHEIN, 2009, p. 33). Nesse sentido, os estudos de Kabanoff e Daly ajudam a entender melhor esse nível mais visível de manifestação da cultura.

Kabanoff e Daly (2002) concentraram seus estudos na dimensão esposada dos valores das organizações em seus documentos públicos, principalmente nos relatórios anuais. Este foco não significa que considerava esses valores como efêmeros ou menos importantes. Para o autor os valores que as organizações esposam e declaram publicamente refletem as práticas organizacionais e, na maioria dos casos, explicitam o que a alta direção realmente acredita que suas organizações são, o que ela preferiria que suas organizações fossem ou o que gostariam que *stakeholders* relevantes

acreditassem que suas organizações fossem.

Os valores esposados e declarados pelas organizações parecem ganhar uma relevância ainda maior quando se aborda o tema sustentabilidade. Kotler (2010) apresenta as novas tendências da sociedade de consumo contemporânea e expõe um cenário mercadológico onde a maioria dos consumidores tende a preferir empresas que são conectadas a causas sociais e buscam soluções para o negócio que possam causar impactos sociais positivos. Neste cenário, a cultura corporativa é associada à integridade e a visão corporativa deve contemplar o conceito da sustentabilidade; cada vez mais, a sustentabilidade do negócio será influenciada por estratégias e políticas de sustentabilidade implementadas nas organizações.

O autor traz o conceito do Marketing 3.0, que é fundamentalmente o marketing baseado em valores. É o marketing para mercados maduros, que deve ser focado em questões humanas e valores, deve estar conectado com as transformações socioculturais relacionadas ao tema da sustentabilidade. “Para incluir as boas ações na cultura corporativa e manter-se firme a seu compromisso, a melhor abordagem é incorporá-las à missão, à visão e aos valores da empresa. Os líderes das empresas encaram essas declarações como seu DNA corporativo” (KOTLER, 2010, p. 45 e 46).

Com base na teoria dos autores acima citados, o presente estudo analisou, nos diversos sites das empresas do ISE, além das declarações explícitas dos valores das mesmas, também as declarações de visão e missão das organizações, por representarem elementos que também revelam os valores esposados e, por conseguinte, serem manifestações da cultura organizacional.

SOBRE O ISE – ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

O ISE foi criado em dezembro de 2005, sendo o quarto do tipo no mundo (1º: Nova Iorque; 2º: Londres; 3º: Johannesburgo). Iniciativa pioneira na América Latina, o ISE busca criar um ambiente de investimento compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea e estimular a responsabilidade ética das corporações. Seus objetivos são atuar como indutor de boas práticas no meio empresarial brasileiro e ser uma referência para o investimento socialmente responsável.

O ISE reflete o retorno médio de uma carteira teórica de ações de empresas de capital aberto e listadas na BM&FBOVESPA com as melhores práticas em sustentabilidade. Seu desenho metodológico é de responsabilidade do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV-EAESP (GVces) e tem por base um questionário com sete dimensões: ambiental, social, econômico-financeira, governança corporativa, geral, natureza do produto e mudanças climáticas. A avaliação das empresas é feita em dois âmbitos: quantitativo (respostas do questionário) e qualitativo (envio de documentos comprobatórios de forma amostral).

Desde a sua criação, a definição da carteira ISE ocorre a partir da resposta de

cada empresa a um questionário, que avalia diversas áreas da organização. Em 2016, o índice completou dez anos. Nesta década, o ISE teve rentabilidade de +128,88% contra +51,28% do Ibovespa (base de fechamento em 24/11/2015).

Segundo dados do site do ISE, a 11ª Carteira do ISE foi anunciada em 26 de novembro de 2015 e vigora entre 04 de janeiro de 2016 a 29 de dezembro de 2016: “A nova carteira reúne 35 companhias, que representam 16 setores e somam R\$ 960,52 bilhões em valor de mercado, o equivalente a 54,50% do total do valor das companhias com ações negociadas na BM&FBOVESPA (em 24/11/2015)” (ISE, 2016).

A nova Carteira reúne empresas de diversos segmentos: bancos, alimentos, roupas, energia, telefonia, beleza, dentre outros. É bem distribuída no sentido de representar segmentos importantes da economia brasileira, mas apresenta as maiores concentrações nos setores de energia (dez empresas) e bancos (seis empresas). Muitas destas organizações, multinacionais, também se encontram listadas na Carteira do Índice Down Jones da Bolsa de Valores de Nova Iorque.

A PESQUISA

O estudo em questão foi realizado a partir do mapeamento dos sites das trinta e cinco empresas que compõem a 11ª Carteira do ISE – ano 2016 e do levantamento de alguns elementos da cultura organizacional dessas empresas. Em especial realizou-se um levantamento dos valores espousados, além de outros elementos reveladores da cultura organizacional (SCHEIN, 2009), como visão, missão, ações e símbolos, a fim de se avaliar se esses elementos transmitem, manifestam, explicitam aspectos ligados ao tema sustentabilidade e/ou desenvolvimento sustentável (Figura 1).

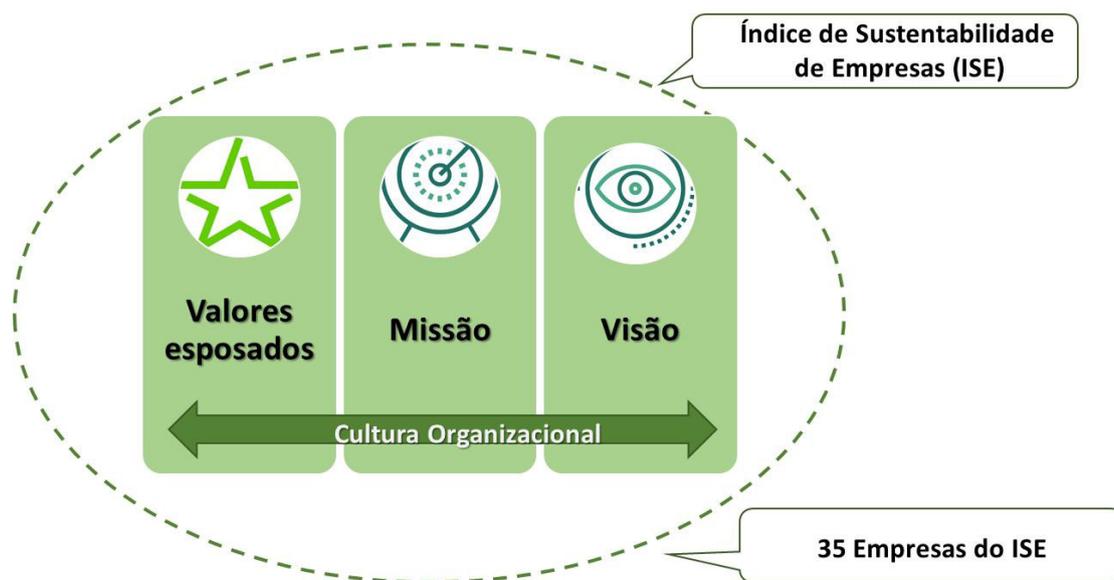


Figura 1: Elementos reveladores da cultura organizacional.

Fonte: as autoras.

A fim de atingir os objetivos propostos neste estudo e devido ao seu caráter

exploratório e descritivo, optou-se por uma metodologia qualitativa, utilizando-se a técnica de pesquisa de Kabanoff e Daly (2002). A técnica consiste na “análise de conteúdo de documentos organizacionais com o intuito de identificar traços de valores esposados nesses documentos”. (KABANOFF; DALY, 2002, p. 90). Esta técnica permite realizar diversos tipos de abordagem empírica, como, por exemplo: análise da evolução dos valores esposados de uma mesma organização ao longo do tempo, comparação de diferentes organizações em termos de valores esposados e também a comparação dos valores esposados de organizações de diferentes países.

A análise de conteúdo proposta por Kabanoff e Daly (2002) é particularmente eficaz para garantir a neutralidade necessária na identificação dos valores esposados de uma organização. Ela evita que esses valores tenham que ser declarados / expressados por indivíduos e permite analisar os valores esposados em documentos, da forma exata como foram idealizados e formulados pela alta direção das organizações, veiculadores desses valores.

Kabanoff e Daly (2002) abordam que os estudos sobre valores podem ter uma abordagem qualitativa ou quantitativa. Nesta última, a técnica pressupõe a análise de ampla gama de conteúdo por meio da contagem de frequência de determinados termos (ex. valores) nos diversos documentos. O presente estudo se diferenciou dos estudos quantitativos de Kabanoff e Daly (2002), pois não envolveu nenhuma etapa quantitativa de contagem de palavras que se relacionassem a diferentes perfis de cultura organizacional. Essa pesquisa focou no levantamento e análise qualitativos dos elementos da cultura organizacional declarados e expostos nos sites das empresas da Carteira ISE 2016.

Os diversos sites foram acessados ao longo do mês de fevereiro de 2017. Com relação ao levantamento dos dados, elaborou-se uma planilha das trinta e cinco empresas do ISE 2016, listando-se o conteúdo encontrado para os elementos da cultura organizacional, mencionados anteriormente: visão, missão, valores esposados, ações e símbolos. Como o foco principal do estudo são os valores esposados, deu-se ênfase aos resultados levantados para este elemento.

O critério de análise, segundo o qual as empresas foram classificadas, foi o de elencar as mesmas em três posições:

1) **Posição superior:** grupo de empresas que melhor apresentou conexão dos seguintes elementos da cultura organizacional - valores esposados, visão e missão - com o tema da sustentabilidade, tendo desenvolvido seus respectivos sites em observância com os seguintes cuidados:

- Clareza, organização, fácil navegação nos diversos temas;
- Clareza com relação ao conteúdo de sustentabilidade e aos demais elementos da cultura organizacional;
- Área dedicada especialmente à sustentabilidade;

- Valores esposados, missão e visão de fácil acesso no site, sendo que pelo menos um dos elementos da cultura expressam conteúdo de sustentabilidade;
- Fácil acesso ao Relatório de Sustentabilidade (GRI - *Global Reporting Initiative*).

2) **Posição intermediária:** grupo de empresas com os seguintes critérios:

- Valores esposados, missão e visão não são encontrados facilmente e não mencionam sustentabilidade, mas o site possui área dedicada à sustentabilidade;
- O conteúdo de sustentabilidade pode até ser extenso e relevante, porém não é de tão fácil acesso e clareza para leigos;
- O acesso ao Relatório de Sustentabilidade (GRI) é menos explícito ou escondido;
- Em alguns casos, o principal foco do site é o seu produto ou a captação de novos clientes, pouco se abordando sobre sustentabilidade.

3) **Posição inferior:** grupo de empresas que não apresentaram sites estruturados no sentido de comunicar elementos de uma cultura de sustentabilidade, alguns até sendo de difícil navegação e conteúdo fundamentalmente vinculado a seus produtos. A área de sustentabilidade não tem nenhum destaque ou somente é encontrada dentro do Código de Ética; sem declaração dos valores esposados e/ou visão e/ou missão ou também somente encontradas no Código de Ética, gerando pouco impacto ao visitante; sem acesso intuitivo ao Relatório de Sustentabilidade (GRI).

Seguindo-se a metodologia de análise de conteúdo de documentos públicos de empresas (no caso os sites) de Kabanoff e Daly (2002), decidiu-se preencher o conteúdo de cada elemento que fosse encontrado nos sites de forma fácil ou, pelo menos, razoavelmente fácil. Se algum conteúdo, como Visão, por exemplo, tivesse que ser muito procurado (“garimpado”) no site, isso foi tido como um resultado em si. Essa decisão analítica deve-se ao fato de que, se nosso principal construto trata de valores esposados declarados publicamente, estes têm de estar acessíveis nos documentos, para que pessoas leigas em sustentabilidade consigam ser impactadas pelos mesmos.

Caso o conteúdo seja de difícil acesso para não profissionais de sustentabilidade, o consumidor/indivíduo, interessado no site, irá desistir de procurar a informação ou simplesmente não será impactado da forma que devia, a fim de assimilar e formar uma opinião sobre aquela empresa em termos de demonstração de alto compromisso com a sustentabilidade.

RESULTADOS DA PESQUISA

A seguir, são apresentadas as trinta e cinco empresas constituintes da 11ª Carteira do ISE de 2016, agrupadas segundo segmento de atuação:

- Setor elétrico/de geração de energia: Eletrobras, Light, CESP, CEMIG, COPPEL, CPFL, AES Tietê, AES Eletropaulo, Engie Energia, EDP.
- Instituições financeiras: Banco do Brasil, Itaú Unibanco, ItaúSA, Bradesco, Santander, Cielo.
- Setor de telecomunicações: Telefônica (Vivo), Oi, Tim.
- Setor de produção e exportação de papel e celulose: Fibria, Klabin.
- Setor de infraestrutura, transporte e gestão rodoviária, portuária e aeroportuária: CCR, Ecorodovias.
- Setor de Varejo: Lojas Renner, Lojas Americanas.
- Setor de Cosméticos: Natura.
- Setor de Seguros: Sulamérica.
- Setor Químico e Petroquímico: Braskem.
- Setor de Alimentos: BRF.
- Setor de Fabricação de Aviões: Embraer.
- Setor de Medicina e Saúde: Fleury.
- Setor de Produtos de Madeira, Louças e Metais Sanitários: Duratex.
- Setor de Comércio Eletrônico: B2W Digital.
- Setor de Construção e Incorporação: EVEN.
- Setor de Fabricação de Motores Elétricos, Geradores e Tintas: WEG.

Ao se analisar mais detalhadamente algumas empresas, percebe-se que: o Itaú Unibanco, por exemplo, é um site que não expõe claramente sua visão, missão e valores esposados e dá muita ênfase a seus produtos, além da área de sustentabilidade ser de difícil acesso. Portanto, para uma empresa que tem uma cultura organizacional conectada com a sustentabilidade, o conteúdo que é publicamente exposto em seu site fica aquém do esperado (por isso, foi agrupada na posição intermediária).

Da mesma forma, outras empresas, apesar de trabalharem há anos com o tema sustentabilidade relacionado à imagem corporativa, não desenvolveram um design de site que apresente, de forma clara, objetiva e didática, os valores esposados, visão e missão, os quais deveriam ser publicamente expostos em seus documentos, particularmente na principal “porta de entrada” atual para conhecimento de qualquer

empresa, seu site.

Também ocorreram casos em que o foco principal do site da empresa são os produtos e não há uma área de sustentabilidade bem sinalizada, nem ressaltada no mesmo, apenas uma pequena chamada. O visitante precisa procurar pelo assunto e pelas declarações de missão, Visão e Valores ou Princípios, nestes casos muitas vezes contidas apenas dentro dos Códigos de Ética, que precisam ser acessados. Estes não deveriam ser modelos de site de empresas listadas na Carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial, uma vez que estas são consideradas empresas-referência no tema.

Porém, ao se analisar a Carteira do ISE 2016 como um todo, pode-se dizer que, de forma geral, a mesma é formada por empresas que apresentam conteúdo rico e relevante em relação ao tema sustentabilidade, bem como iniciativas/ações que endereçam diversos desafios relacionados ao desenvolvimento sustentável. No entanto, os sites variam muito em relação a abordagens relacionadas à sustentabilidade, e, conseqüentemente, tem-se percepções distintas acerca da cultura organizacional das empresas.

A maioria delas, vinte empresas, possui conceitos de sustentabilidade em seus principais elementos da cultura organizacional – visão e/ou missão e, principalmente, nos valores esposados declarados. Essas empresas foram agrupadas na **Posição Superior** do *ranking*, de acordo com os critérios definidos anteriormente pelas autoras do capítulo. Nesta categoria, encontram-se as seguintes empresas: Natura, CPFL, AES Tietê, AES Eletropaulo, Embraer, COPEL, Ecorodovias, EDP, Bradesco, Fibria, Engie Energia, CEMIG, Duratex, CIELO, CCR, Braskem, BRF, Fleury, EVEN e WEG.

Vale ressaltar que, dentre essas vinte empresas, quatro delas possuem sites que poderiam ser considerados como modelo ideal para todas as empresas da Carteira ISE. Além de muito bem estruturados e ricos em conteúdo de sustentabilidade, os três elementos da cultura organizacional expressam e transmitem uma cultura de sustentabilidade, tanto na missão e visão, quanto nos valores esposados. São os sites das empresas CEMIG, CPFL, Fibria e Engie Energia. Estas empresas transmitem em seus sites, tanto em conteúdo como em forma, uma cultura de sustentabilidade que permeia a organização. O Quadro 1 mostra os exemplos dos posicionamentos das mesmas em termos de missão, visão e valores esposados, permitindo depreender a existência de uma cultura voltada à sustentabilidade.

EMPRESA	CEMIG
Missão	- Atuar no setor de energia com rentabilidade, qualidade e responsabilidade social.
Visão	- Consolidar-se, nesta década, como o maior grupo do setor elétrico nacional em valor de mercado, com presença em gás, líder mundial em sustentabilidade, admirado pelo cliente e reconhecido pela solidez e performance.
Valores Esposados	- Ética, Riqueza, Responsabilidade Social, Entusiasmo no Trabalho, Espírito Empreendedor.
EMPRESA	CPFL
Missão	- Prover soluções energéticas sustentáveis, com excelência e competitividade, atuando de forma integrada à comunidade.
Visão	- Energia é essencial ao bem-estar das pessoas e ao desenvolvimento da sociedade. Nós acreditamos que produzir e utilizar energia de forma sustentável é vital para o futuro da humanidade.
Valores Esposados	- Criação de Valor, Compromisso, Segurança e Qualidade de Vida, Austeridade, Sustentabilidade, Confiança e Respeito, Superação, Empreendedorismo.
EMPRESA	ENGIE ENERGIA
Missão	- Oferecer soluções inovadoras e sustentáveis em energia e serviços para pessoas, empresas e cidades.
Visão	- Transformar a relação das pessoas com a energia para um mundo sustentável.
Valores Esposados	- Profissionalismo, Cooperação, Espírito de Equipe, Criação de Valor, Respeito ao Meio Ambiente, Ética.
EMPRESA	FIBRIA
Missão	- Desenvolver o negócio florestal renovável como fonte sustentável da vida.
Visão	- Consolidar a floresta plantada como produtora de valor econômico. Gerar lucro admirado, associado à conservação ambiental, inclusão social e melhoria da qualidade de vida.
Valores Esposados	- Solidez (Buscar crescimento sustentável com geração de valor), Ética, Respeito, Empreendedorismo, União.

Quadro 1: Empresas com cultura voltada à sustentabilidade.

Fonte: as autoras.

Sete empresas do grupo **Posição Superior** também declaram conteúdo de sustentabilidade explicitamente em seus valores esposados, apesar de missão e/ou visão não conterem declarações diretamente ligadas ao tema. São elas: Duratex, Embraer, EDP, CIELO, EVEN, Braskem e BRF.

Para exemplificar, são detalhados os conteúdos apresentados no site da Duratex:

- Missão: atender com excelência às demandas de nossos clientes a partir do desenvolvimento e oferta de produtos e serviços que contribuam para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, gerando riqueza de forma sustentável.

- Visão: ser empresa de referência, reconhecida como a melhor opção por clientes, colaboradores, comunidade, fornecedores e investidores, devido à qualidade

de nossos produtos, serviços e relacionamento.

- Valores esposados: Integridade, Comprometimento, Valorização Humana, Superação de Resultados, Melhoria contínua, Inovação, Sustentabilidade.

Na **Posição Intermediária** encontram-se nove empresas: Itaú Unibanco, ItaúSA, Banco do Brasil, B2W Digital, Santander, Sulamérica, Telefônica (Vivo), Eletrobras e Klabin. Para ilustrar um caso típico de empresa deste agrupamento, cita-se conteúdo do site do Banco do Brasil:

- Missão: ser um banco rentável e competitivo, atuando com espírito público em cada uma de suas ações, junto a clientes, acionistas e toda sociedade.

- Visão: ser o banco mais confiável e relevante para a vida dos clientes, funcionários e para o desenvolvimento do Brasil.

- Valores esposados: Espírito público, Ética, Potencial humano, Eficiência, Inovação, Visão do cliente.

Finalmente, no grupo **Posição Inferior** estão listadas seis empresas, que não apresentaram sites estruturados no sentido de comunicar elementos de uma cultura de sustentabilidade, alguns até sendo de difícil navegação e conteúdo fundamentalmente vinculado a seus produtos. A área de sustentabilidade não tem nenhum destaque ou somente é encontrada dentro do Código de Ética; sem declaração dos Valores Esposados e/ou Visão e/ou Missão ou também somente encontradas no Código de Ética, gerando pouco impacto ao visitante; sem acesso intuitivo ao Relatório de Sustentabilidade (GRI). São elas: Light, Lojas Renner, Lojas Americanas, Oi, CESP e TIM.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os valores esposados representam um elemento constituinte importante da cultura de uma empresa (SCHEIN, 2009; KABANOFF; DALY, 2002). Diversos outros elementos, como crenças, filosofias, metáforas raízes, rituais, visão e missão, cumprem o papel de comunicar a cultura de uma empresa. Porém, os valores esposados conseguem transmitir, de forma clara, o posicionamento da alta direção de uma empresa, suas práticas organizacionais e muito de sua identidade e cultura (KABANOFF; DALY, 2002).

Kotler (2010), sob o ponto de vista mercadológico, afirma que nossa década é marcada por consumidores cada vez mais conscientes dos dilemas da sustentabilidade, o que os fazem valorizar mais as organizações que evidenciam alto compromisso com o tema.

Por esse motivo, as empresas listadas no ISE 2016, que são consideradas modelo de comprometimento com o desenvolvimento sustentável, deveriam se posicionar nessa direção e explicitar claramente, em todos os seus documentos públicos, uma cultura organizacional voltada à sustentabilidade. Dessa forma, seria esperado que os sites dessas organizações fossem modelos de navegação direcionados para expressar

de forma clara, consistente, coerente e integrada conteúdos inequívocos de apoio à sustentabilidade.

Apesar de diversas organizações terem um elenco rico e diferenciado de ações em relação à sustentabilidade, a análise de seus sites revela que ainda uma parcela expressiva das empresas não atende, de forma completa, aos padrões de transparência e organização que esse conjunto de empresas deveria explicitar ao público. Todas elas deveriam ter, sem exceção, clara e didaticamente, seus valores expostos listados e bem descritos. Em alguns casos, o visitante do site fica confuso e não encontra facilmente as declarações de cada elemento da cultura (Visão, Missão, Valores Esposados, Ações e Símbolos). Precisa "garimpar", procurar as informações. Se não for um profissional que trabalhe com sustentabilidade ou que seja familiarizado com o assunto, certamente terá dificuldade em encontrar essas informações.

Os resultados da pesquisa permitem inferir que empresas principalmente do grupo **Posição Inferior** podem ter afetada sua imagem de empresa sustentável. O consumidor ou outro usuário, ao consultar o site, pode não ser influenciado por elementos constituintes de uma cultura de sustentabilidade e concluir que tal empresa não é tão comprometida com a sustentabilidade, quando, na realidade, ela é, pois está listada no ISE. Entretanto, o fato de seus valores esposados voltados à sustentabilidade não terem sido comunicados e transmitidos de forma clara, coerente, consistente e integrada no site, pode prejudicar a imagem de uma empresa sustentável.

Com base nos resultados da pesquisa e na importância dos valores esposados na formação de uma cultura organizacional (SCHEIN, 2009), a própria Certificação do ISE poderia exigir um padrão didático de site para as empresas listadas em seu Índice. O principal valor associado a essa Carteira, o de Transparência, pode ficar comprometido, devido à ausência de clareza dos sites por parte dessas empresas.

O ISE já exige que as empresas da Carteira publiquem seus Relatórios de Sustentabilidade segundo a metodologia GRI. A GRI representa uma organização internacional independente que ajuda empresas, governos e outras organizações a compreenderem e comunicarem o impacto dessa instituição sobre questões críticas de sustentabilidade, tais como as alterações climáticas, direitos humanos, corrupção e muitos outros. Da mesma forma, dada a importância desse Índice, o comitê do mesmo poderia abrir uma discussão com representantes das empresas-membro, a fim de se atingir um consenso sobre diretrizes para o desenvolvimento dos respectivos sites dessas organizações, com o intuito de se padronizar algumas áreas de conteúdo que são importantes para que sejam transmitidos os elementos da cultura organizacional de sustentabilidade de cada empresa.

Uma das principais considerações a se fazer é o fato de que, na maioria das consultas aos sites, as pessoas podem não ter conhecimento dos conceitos e iniciativas ligados à sustentabilidade. Portanto, este é um fator relevante a ser considerado na confecção dos sites.

Em termos de contribuições práticas, o estudo chama atenção acerca dos

elementos da cultura organizacional, em especial os valores esposados, e o tema sustentabilidade, assim como a importância que estes elementos possuem no sentido de revelar e transmitir uma cultura voltada para a sustentabilidade, através dos sites das empresas analisadas. Os resultados também contribuíram para ressaltar os sites das empresas que se destacam como possíveis modelos para melhor transmitirem um alto comprometimento das mesmas com os desafios da sociedade atual, em termos de sustentabilidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo atingiu o principal objetivo de identificar se as organizações constituintes do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) revelam uma cultura organizacional para a sustentabilidade através de valores esposados comunicados em seus respectivos sites. A técnica de análise de conteúdo proposta por Kabanoff e Daly (2002) mostrou ser eficaz no entendimento dos valores esposados.

Os resultados evidenciaram como as diversas empresas expõem esse compromisso em seus valores esposados. Também foi possível descrever as principais declarações de outros elementos da cultura presentes nos sites, como visão e missão, que pudessem contribuir para explicitar a cultura organizacional de sustentabilidade. A partir do levantamento realizado, foi possível avaliar-se quais empresas melhor se posicionam e transmitem essa cultura organizacional de sustentabilidade.

Como limitações do trabalho, ressalta-se a grande quantidade de informações contidas no somatório dos trinta e cinco sites, que poderiam ser trabalhadas em maior profundidade, no sentido de se ampliar o detalhamento dos diversos elementos da cultura organizacional, incluindo declarações sobre ações e símbolos, por exemplo. Esta ampliação permitiria alcançar um retrato ainda mais apurado e detalhado de cada empresa. É importante ressaltar que os resultados desta pesquisa retratam dados do ISE de 2016. Em dois anos, podem ter havido mudanças nos sites. Assim, novos estudos são necessários. Contudo, o estudo define um caminho para pesquisar valores esposados que pode ser aplicado em outros estudos.

Como recomendações para investigações futuras, seguindo a linha metodológica de análise de conteúdo de Kabanoff e Daly (2002), sugerem-se algumas modalidades de pesquisa acerca dos valores esposados: análise dos Relatórios Anuais e Relatórios de Sustentabilidade; um estudo longitudinal com base na análise da evolução dos valores esposados de uma organização; análise de empresas com filiais em diferentes países, para se comparar os respectivos valores esposados e a influência da cultura nacional nesses valores e na visão de sustentabilidade.

Por fim, sugerem-se estudos para se mensurar a influência dos valores esposados declarados sobre a imagem das organizações e também o papel destes em processos de aquisições ou fusões, tentando-se avaliar que valores esposados serão perpetuados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. Desenvolvimento sustentável 2012-2050: visão, rumos e contradições. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2012.

BRUNDTLAND, G. H. (Org.) Nosso futuro comum. Rio de Janeiro: FGV, 1987.

CAVALCANTI, C. Sustentabilidade: mantra ou escolha moral? Uma abordagem ecológico-econômica. Estudos Avançados, v. 26, p. 35-50, 2012.

ELKINGTON, John. Sustentabilidade - canibais com garfo e faca. São Paulo: Ed. M. Books, 2011.

ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial (FGV EAESP – Centro de Estudos em Sustentabilidade – GVces). Disponível em: <<http://isebvmf.com.br/?r=site/conteudo&id=1#apresenta>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

KABANOFF, B; DALY, J. Espoused values of organisations. Australian Journal of Management, v. 27, Special Issue, p. 89-104, 2002.

KOTLER, P. Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier (Campus), 2010.

KOTLER, P. Disponível em: <<http://www.conteudosobdemanda.com.br/biografia-philip-kotler/>>. Acesso em: 07 fev. 2017.

Liderança Globalmente Responsável: Um Chamado ao Engajamento. Disponível em: <https://www.grii.org/wp-content/uploads/2015/09/call_for_engagement_portugees-1.pdf> Acesso em: 02 fev. 2017.

LINNENLUECKE, M; GRIFFITHS, A. Corporate Sustainability and Organizational Culture. Journal of World Business, 45: Elsevier, p. 357-366, 2010.

MARCON, G; SORIANO-SIERRA, E. Etnografia Como Estratégia Investigativa da Cultura Organizacional Para a Sustentabilidade. Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 11, n. 1, p. 38-55, 2017.

ROMANO, A.L. et al. Avaliação da sustentabilidade corporativa e da cultura organizacional - survey no setor brasileiro de cosméticos. Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 9, RPCA, p. 142-158, 2015.

SCHEIN, E. Cultura organizacional e liderança. São Paulo: Ed. Atlas, 2009.

Sites das 35 empresas da 11ª Carteira do ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial – ano 2016. Acesso em: fev. 2017.

SOBRE OS ORGANIZADORES

TAYRONNE DE ALMEIDA RODRIGUES: Filósofo e Pedagogo, especialista em Docência do Ensino Superior e Graduando em Arquitetura e Urbanismo, pela Faculdade de Juazeiro do Norte-FJN, desenvolve pesquisas na área das ciências ambientais, com ênfase na ética e educação ambiental. É defensor do desenvolvimento sustentável, com relevantes conhecimentos no processo de ensino-aprendizagem. Membro efetivo do GRUNEC - Grupo de Valorização Negra do Cariri. E-mail: tayronnealmeid@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9378-1456>

JOÃO LEANDRO NETO: Filósofo, especialista em Docência do Ensino Superior e Gestão Escolar, membro efetivo do GRUNEC. Publica trabalhos em eventos científicos com temas relacionados a pesquisa na construção de uma educação valorizada e coletiva. Dedicar-se a pesquisar sobre métodos e comodidades de relação investigativa entre a educação e o processo do aluno investigador na Filosofia, trazendo discussões neste campo. Também é pesquisador da arte italiana, com ligação na Scuola de Lingua e Cultura – Itália. Amante da poesia nordestina com direcionamento as condições históricas do resgate e do fortalecimento da cultura do Cariri. E-mail: joaoleandro@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1738-1164>

DENNYURA OLIVEIRA GALVÃO: Possui graduação em Nutrição pela Universidade Federal da Paraíba, mestrado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e doutorado em Ciências Biológicas (Bioquímica Toxicológica) pela Universidade Federal de Santa Maria (2016). Atualmente é professora titular da Universidade Regional do Cariri. E-mail: dennyura@bol.com.br LATTES: <http://lattes.cnpq.br/4808691086584861>

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-329-3

