



## UMA ANÁLISE DO DISCURSO ORGANIZACIONAL SOB O PRISMA DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: O CASO SABESP

Suiane Renata Costa\*

Administradora pela Fundação Carmelitana Mário Palmério, Brasil

Fundação Carmelitana Marco Palmério, Brasil

suianerenata@hotmail.com

Cassio Raimundo Valdisser

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Fundação Carmelitana Marco Palmério, Brasil

crvaldisser@yahoo.com.br

### RESUMO

A discussão sobre o papel das empresas quanto à responsabilidade socioambiental está cada dia mais presente nos meios de comunicação e nos trabalhos acadêmicos. Frente a esse cenário, muitas empresas investem em ações de responsabilidade social e ambiental para atenderem às exigências legais e as da sociedade que demanda uma postura responsável das empresas, que por sua vez, utilizam essas ações para promoverem sua imagem. O presente artigo tem por objetivo evidenciar as práticas sociais e ambientais da empresa SABESP por meio da análise de seu discurso organizacional. O referencial teórico aborda literaturas sobre responsabilidade social e ambiental em âmbito geral e a junção de ambas que originaram a terminologia “responsabilidade socioambiental”. Quanto à metodologia, foi realizado um estudo de caso em uma empresa que se destacou entre as demais pesquisadas e expostas às técnicas empregadas. Foi analisado o discurso e realçado às suas ações frente ao meio social e ambiental, e a partir dessa análise observados pontos relevantes sobre o *marketing* de sua marca e a questão de identidade da empresa.

**Palavras-chave:** Identidade organizacional; Imagem empresarial; Sustentabilidade.

---

\*Autor para correspondência / Author for correspondence / Autor para la correspondencia: Av. Dona clara, 974 CEP 38500-000 - Monte Carmelo / MG - Telefone: 34-9235-1019

Data do recebimento do artigo (received): 06/Jan./2014

Data do aceite de publicação (accepted): 21/Jun./2014

Desk Review

Double BlindReview

## AN ANALYSIS OF SPEECH IN ORGANIZATIONAL PRISMA OF SOCIAL AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY : THE SABESP CASE

### ABSTRACT:

The discussion about the role of business as social and environmental responsibility is increasingly present in the media and in academic work day. In face of this, many companies invest in social and environmental responsibility actions to meet the legal requirements and the company that demand responsible behavior from companies, which in turn, use these actions to promote their image. This article aim to highlight the social and environmental practices SABESP company through the analysis of its organizational discourse. The theoretical literature focuses on social and environmental responsibility at the general level and the junction of both giving rise to the terminology "environmental responsibility". Regarding the methodology, a case study was conducted in a company that stood out among the other surveyed and exposed to the techniques employed. The speech was analyzed and highlighted their actions against the social and environmental, and from that observed analyze relevant points about marketing your brand and company identity question.

**Keywords:** Organizational identity; Corporate image; Sustainability.

## UN ANÁLISIS DEL DISCURSO EN PRISMA DE ORGANIZACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL : EL CASO SABESP

### RESUMEN

La discusión sobre el papel de la empresa como la responsabilidad social y ambiental es cada vez más presente en los medios y en los días de trabajo académico. Frente a esto, muchas empresas invierten en acciones de responsabilidad social y ambiental para cumplir con los requerimientos legales y la empresa que exigen un comportamiento responsable de las empresas, que a su vez, utilizan estas acciones para mejorar su imagen. Este artículo tiene por objetivo destacar las prácticas sociales y ambientales compañía SABESP a través del análisis de su discurso organizacional. La literatura teórica se centra en la responsabilidad social y ambiental a nivel general y la unión de ambos da lugar a la expresión "responsabilidad ambiental". En cuanto a la metodología, un estudio de caso se llevó a cabo en una empresa que se destacó entre los demás encuestados y se expone a las técnicas empleadas. Se analizó la expresión y destacó sus acciones en contra de los puntos relevantes social y ambiental, y desde la que se observa a analizar sobre la comercialización de su marca y la cuestión de la identidad de la empresa.

**Palabras Clave:** Identidad organizacional; Imagen corporativa; Sostenibilidad.

## INTRODUÇÃO

Não raras vezes depara-se com discursos eloquentes de gestores e/ou colaboradores de determinadas empresas, a afirmarem que muitas atividades praticadas por tais organizações levam em consideração a responsabilidade social, e até mesmo a responsabilidade ambiental, porque tais ações podem proporcionar retornos significativos — e por que não? — uma *performance* socialmente responsável assumida por essas organizações, que se dizem preocupadas com as injustiças sociais e, principalmente, com a degradação da natureza.

No entanto, pesquisas e estudos realizados por autores selecionados (Melo & Froes, 2001; Soares, 2004; Tenório, 2004; Claro, Claro & Amâncio, 2005; Nascimento, 2007; Soares & Valadão, 2007; Carrieri, 2009; Naime, 2012; Melo, 2013), para discussão dessa temática revelam que os discursos organizacionais são controversos em relação a posturas intrínsecas às responsabilidades social e ambiental e ao que efetivamente é colocado em prática por muitas organizações.

Nesse sentido, este artigo tem como propósito responder a seguinte questão: As empresas praticam a responsabilidade socioambiental porque realmente se preocupam com suas ações (*uma questão de identidade*) ou agem de maneira “responsável” apenas por exigências legais e/ou promoção de sua imagem? No caso específico da SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo, a preocupação com o meio ambiente é real ou a motivação de suas ações é meramente realçar sua imagem frente aos seus consumidores? A partir dessas indagações este artigo procurou analisar e responder a essas questões com base no discurso da empresa SABESP.

Assim, este artigo apresenta como objetivo evidenciar as práticas sociais e ambientais da empresa SABESP por meio da análise de seu discurso organizacional. O desenvolvimento desta pesquisa permitirá identificar se existem práticas feitas só para promover a imagem da empresa frente ao mercado consumidor, ou se essas ações estão arraigadas na sua cultura. Este trabalho aborda as literaturas individuais sobre responsabilidade social e ambiental das empresas em âmbito geral, bem como a junção delas, que constituem a terminologia “responsabilidade socioambiental” e têm maior expressividade e importância no contexto organizacional. Após a discussão do referencial teórico, são explicados os aspectos metodológicos utilizados na condução da pesquisa. Posteriormente, foi apresentada uma análise do discurso organizacional da empresa SABESP, com o intuito de mostrar seus projetos, objetivos e evidenciar suas ações e com isso fazer uma análise de como esse discurso é feito na prática. E, finalmente, à guisa de síntese, são apresentadas as considerações finais, mostradas as limitações e sugestões para pesquisas futuras.

## REFERENCIAL TEÓRICO

### Responsabilidade Social

A responsabilidade social teve início no século XX, com ações filantrópicas de empresários bem-sucedidos que queriam contribuir com a sociedade. De acordo com Melo e Froes (2001), essas

ações constituíam ações baseadas no assistencialismo aos pobres, desvalidos, desfavorecidos, miseráveis, excluídos e enfermos, e tinham como intuito contribuir para a sobrevivência dessa camada da sociedade.

Melo e Froes (2001, p. 27) afirmam que “A filantropia objetiva contribuir para a sobrevivência de grupos sociais desfavorecidos. Já a responsabilidade social busca sustentabilidade e a autossustentabilidade de grandes e pequenas comunidades”. Para esses autores, a filantropia e a responsabilidade social são de naturezas diversas. A filantropia é uma “simples doação”, fruto da sensibilidade social e da consciência social por parte das empresas. A responsabilidade social é uma “ação transformadora”, uma intervenção direta em busca da solução de problemas sociais. A Figura 1 mostra as diferenças entre a filantropia e a responsabilidade social.

<b>Filantropia</b>	<b>Responsabilidade Social</b>
Ação individual e voluntária	Ação coletiva
Fomento na caridade	Fomento na cidadania
Base assistencialista	Base estratégica
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados	Extensiva a todos
Prescinde de gerenciamento	Demanda gerenciamento
Decisão individual	Decisão consensual

**Figura 1.** Diferenças entre a filantropia e a responsabilidade social.

Fonte: Adaptado: Melo, Francisco Paulo de, Neto; Froes, César. (2001). *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. (p. 28).

Dessa forma, é possível inferir que a responsabilidade social é um estágio avançado no que tange ao exercício da cidadania, pelas empresas frente à sociedade como um todo, tendo início por meio de algumas ações filantrópicas. Além da filantropia, outros fatores contribuíram para a discussão sobre o papel social das empresas. No século XX, a publicação, em 1953, da obra de Bowen – *Social Responsibility of the Businessmen*, e dez anos após, *Capitalism and Freedom*, por Friedman apresentam visões antagônicas sobre as responsabilidades a serem cumpridas pelas empresas e pelos indivíduos que dela fazem parte. Bowen defendia que as ações das empresas deveriam ser pautadas nos objetivos e nos valores da sociedade, enquanto Friedman argumentava que as ações empresariais devem primar pelo lucro (Soares & Valadão, 2007). Com o término do modelo industrial e com o desenvolvimento da sociedade pós-industrial, o conceito de responsabilidade social evoluiu, passando, assim, a agregar os anseios dos agentes sociais dentro do plano de negócio das empresas.

A responsabilidade social empresarial teve dois períodos distintos, o primeiro corresponde ao início do século XX até a década de 1950; o segundo contempla a abordagem contemporânea se entende da década de 1950 até os dias atuais.

No primeiro período, a sociedade estava na transição da economia agrícola para a industrial; a evolução tecnológica e a aplicação da ciência na organização do trabalho se faziam presentes, mudando o processo produtivo. As consequências da evolução tecnológica afetaram diretamente as relações de trabalho existentes, gerando debates das obrigações empresariais a respeito de seus colaboradores. Após a década de 1950, a responsabilidade social passou a assumir a dimensão econômica, passando a ser entendida como a capacidade empresarial de geração de lucros e empregos, pagamentos de impostos e cumprimento das obrigações legais. No segundo período, o conhecimento se tornou o principal fator de produção das empresas amadurecidas na sociedade pós-industrial.

A base conceitual contemporânea da responsabilidade social empresarial está associada aos valores requeridos pela sociedade pós-industrial. Nessa nova concepção do conceito, há o entendimento de que as companhias estão inseridas em ambiente complexo, onde suas atividades influenciam ou tem impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade (Tenório, 2004, p. 20).

A responsabilidade social busca estimular o desenvolvimento do cidadão e contribuir para a cidadania individual e coletiva. As ações de responsabilidade social são extensivas a todos os que participam da vida em sociedade, indivíduos, governo, empresas, grupos sociais, movimentos sociais, igrejas, partidos políticos, etc.

Com base nos objetivos da responsabilidade social, atualmente ela é vista em um foco diferente e de grande relevância nas empresas: é considerada como uma estratégia para as organizações e refere-se à busca por vantagens competitivas, agregação de valor e diferencial também para os clientes. Estudos sobre responsabilidade social como questão estratégica têm mostrado que se posicionar como empresa socialmente responsável ajuda a propagar uma imagem positiva junto aos consumidores (Soares & Valadão, 2007).

O conceito de responsabilidade social ainda não se encontra consolidado. É um tema que tem despertado muito interesse no meio acadêmico e empresarial, representando, hoje, um conjunto de princípios reguladores das práticas e políticas institucionais.

Apesar da vasta literatura sobre responsabilidade social, diante do exposto, é possível observar que esse conceito e a forma pela qual se traduz em ações sociais empresariais passam por modificações. Inicialmente, a visão limitava-se ao cumprimento das obrigações sociais, fundamentadas em critérios puramente econômicos. Entretanto, outras visões começaram a ser incorporadas, tais como a aprovação social, que enxerga a empresa como membro da sociedade, responsável pela satisfação de obrigações legais, sociais e ambientais (Soares & Valadão, 2007).

Neste tópico foram apresentados alguns aspectos teóricos que serviram como base para a discussão sobre responsabilidade social, além de ter sido mostrado de que maneira e em que extensão esse termo tem-se desenvolvido até os dias atuais. Na próxima seção são abordados

aspectos teóricos sobre a gestão ambiental e alguns acontecimentos históricos que contribuíram para a formulação do termo “responsabilidade ambiental” e como ele tem sido tratado na atualidade.

### **Responsabilidade ambiental**

O meio ambiente é tudo o que envolve os seres vivos. Entende-se por meio ambiente, o ambiente natural e também o artificial, isso é, os ambientes físicos e biológicos originais e o que foi alterado, destruído e construído pelos humanos, como as áreas urbanas, industriais e rurais. Todos esses elementos condicionam a existência dos seres vivos, podendo-se dizer, portanto, que o meio ambiente não é apenas o espaço onde os seres vivos existem ou podem existir, mas a própria condição para a existência de vida na Terra (Perés, Amador & Souza, 2012).

Os problemas ambientais provocados pelos humanos decorrem do uso do meio ambiente para obter os recursos necessários para produzir os bens e serviços de que se necessita e dos despejos de materiais e energia não aproveitados no meio ambiente. O aumento da escala de produção das empresas tem sido um fator importante que estimula a exploração dos recursos naturais e eleva a quantidade de resíduos (Perés, Amador & Souza, 2012).

Ao longo da história aconteceram vários impactos ao meio ambiente, como acidentes ambientais, degradações feitas sem nenhuma preocupação das consequências que essas ações poderiam acometer tanto o ser humano quanto o meio em que vive.

Com a Revolução Industrial, no século XVIII, as relações de trabalho existentes se modificaram, além de haver grandes impactos sobre o meio ambiente.

Até a Revolução Industrial a agricultura contribuía significativamente para os primeiros impactos ambientais causados na terra. A exploração inadequada de recursos e a poluição resultante do avanço tecnológico impuseram um ritmo muito mais acelerado à degradação ambiental. Neste período, as organizações tinham como principal objetivo produzir (Naime, 2012, p. 38).

Após a Segunda Guerra Mundial, a visão que a sociedade tinha a respeito do meio ambiente começou a modificar-se. A ideia de que recursos naturais são finitos e de que seu uso incorreto pode representar o fim de sua própria existência marcou o surgimento da consciência ambiental, a ciência e a tecnologia passaram a ser questionadas.

Com o crescimento desenfreado da produção de bens e consumo a partir da Segunda Grande Guerra Mundial e com o aumento populacional, ocorre como consequência: a escassez de água, crise energética, proliferação de doenças, intensificação de secas e enchentes, incluindo a previsão do esgotamento total dos recursos naturais existentes, devido ao desequilíbrio ambiental causado pelo envenenamento progressivo do planeta (Melo, 2011, p. 55).

A preocupação com o ambiente intensificou-se na década de 1950, especificamente no ano de 1953 com o acidente na Baía de Minamata, no Japão, que resultou de um derramamento de mercúrio, um marco nos debates sobre os problemas ambientais. Em 1962, foi divulgado nos

Estados Unidos o livro de Rachel Carson, intitulado “A primavera silenciosa” (*Silent Spring*), que alertava para os efeitos negativos dos agrotóxicos no meio ambiente. A autora alertava para os perigos do uso de pesticidas e poluentes. Carson estudava os pássaros e temia que o uso de pesticidas fosse eliminá-los, deixando a primavera sem o canto dos pássaros (Nascimento, 2007).

Em 1972, ocorreu a Reunião do Clube de Roma (chefes de estado, humanistas, cientistas, repórteres), que publicou em seguida o documento “Limites do Crescimento” (*The Limits to Growth*) (Naime, 2012). Até então, o meio ambiente era considerado o local para o descarte dos resíduos da produção industrial e de todas as ações do homem. Acreditava-se que a natureza tinha a capacidade de assimilar tudo o que nela era jogado. Era como se a natureza fosse um grande filtro, onde tudo que caía no solo, na água ou lançado na atmosfera seria limpo e desapareceria, sem causar danos ao homem (Nascimento, 2007).

A partir desses impactos ao meio ambiente, surgiu a necessidade de criar a gestão ambiental que Lanna (1995 como citado em Braga, 2012) afirma ser o:

[...] processo de articulação das ações dos diferentes agentes sociais que interagem em um dado espaço, visando garantir, com base em princípios e diretrizes previamente acordados/definidos, a adequação dos meios de exploração dos recursos ambientais/naturais, econômicos e socioculturais às especificidades do meio ambiente (Lanna, 1995 como citado em Braga, 2012, p. 24).

A gestão ambiental é um tema que tem sido bastante difundido nos meios de comunicação, nos encontros científicos e na comunidade empresarial, porque constatou-se uma crescente e intensiva degradação dos recursos naturais, o que tem contribuído para o aumento das pressões ambientais.

A Tabela 1 mostra alguns dos acontecimentos que evidenciam a ocorrência de acidentes e acontecimentos que apontam para a necessidade de haver a gestão ambiental e que posteriormente contribuiu para o surgimento da responsabilidade ambiental.

Tabela 1.

**Publicações e discussões sobre acidentes e demais prejuízos ao meio ambiente.**

Ano	Gestão Ambiental
1953	Acidente de Minamata (Japão) – derramamento de mercúrio. Efeito: 700 mortos e 9.000 doentes crônicos.
1957	Tcheliabinski (União Soviética) – primeiro acidente nuclear.
1962	Lançamento do livro “A Primavera Silenciosa” de Rachel Carson, onde ela alertava para os perigos do uso de pesticidas e poluentes.
1972	Relatório “Os Limites do Crescimento” – desenvolvido por um grupo de cientistas para o Clube de Roma.
1972	Conferência de Estocolmo – primeira conferência da ONU para o meio ambiente. Participação de 113 países e 250 ONGs. Resultados: Criação de órgãos de controle ambiental em diversos países, criação do PNUMA <sup>1</sup> , etc.
1976	Acidente de Seveso (Itália) – incêndio numa indústria de pesticidas. Resultado: emissão de grande quantidade de dioxinas.

1978	Selo Ecológico (Alemanha) – primeiro selo ecológico denominado de “Anjo Azul”.
1984	Acidente de Bhopal (Índia) – lançamento de gases tóxicos na atmosfera pela Empresa Union Carbide. Resultado: 3.300 mortos e mais de 20.000 doentes crônicos.
1986	Acidente de Chernobil (Ucrânia) – acidente nuclear. Resultado: 31 mortos. Instantaneamente e, passados 10 anos constatou-se: 134 pessoas suspeitas. Desde o acidente ocorreram 35.000 casos de câncer na região.
1986	Acidente da Basiléia (Suíça) – foram derramados no rio Reno 30.000 litros de pesticidas. Resultado: morte de 500.000 peixes.
1987	Relatório “Nosso Futuro Comum”, conhecido como Relatório Brundtland.
1987	Protocolo de Montreal – proíbe a produção dos CFCs.
1988	Constituição Brasileira – Cap. VI: “todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado...”
1989	Acidente Exxon Valez (Alasca) – 37 milhões de litros de óleo são derramados no mar.
1989	Convenção da Basiléia (Suíça) – regulamenta a movimentação transfronteiriça de resíduos perigosos.
1992	Rio 92 – Segunda Conferência da ONU para o Meio Ambiente. Presença de 172 Países e 10.000 participantes. Resultados: Documentos – Agenda 21; Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Sustentabilidade; Princípios para a Administração Sustentável das Florestas; etc.
1997	Criação do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável).
1997	Protocolo de Quioto – Convenção sobre Mudanças Climáticas.
1997	Lançamento da Norma ISO 14.001.
2001	Convenção de Estocolmo sobre Poluentes Orgânicos Persistentes (POPs).
2002	Rio + 10 – Convenção Mundial realizada em Joanesburgo (África do Sul).
2006	Relatório do IPCC alerta que 90% das mudanças climáticas são causadas pelo homem.
2009	Conferência das Partes (COP – 15) em Copenhague. Organizada pela ONU, reuniu os líderes mundiais para discutir como reagir às mudanças climáticas.
2012	Rio + 20 – Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Brasil).

---

Fonte: Adaptado de Nascimento (2007)

Nota: 1 PNUMA é a sigla em português do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (em inglês, *United Nations Environment Programme* – UNEP). Sediado em Nairóbi, no Quênia, o programa foi criado pelas Nações Unidas em 1972, atendendo a proposta da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada naquele ano em Estocolmo, na Suécia. Fonte: <http://www.brasilpnuma.org.br/pnuma/index.html>

Com isso, a sociedade, juntamente com os órgãos ambientais reguladores, passou a exigir das empresas a adoção de melhores práticas para o controle da degradação ambiental. Tal exigência, somada às dificuldades que as organizações e indústrias passaram a enfrentar, com legislações, por exemplo, incentivou-as a fazer algo pelo meio ambiente. A partir das teorias expostas nas seções de responsabilidade social e responsabilidade ambiental, a próxima seção aborda a junção desses dois termos, uma vez que essas são duas variáveis distintas, mas possuem ações interdependentes: uma interfere diretamente na outra e vice-versa. Esse tópico também visa mostrar como este termo tem sido discutido e colocado em prática no meio empresarial.

## **Responsabilidade socioambiental**

O termo “responsabilidade socioambiental” não é apenas um novo conceito para unir as variáveis “social” e “ambiental”. A responsabilidade socioambiental surgiu pelo fato de essas duas variáveis não andarem sozinhas; um impacto ambiental não interfere apenas naquele meio, ele traz



consigo um impacto na área social, pois afeta os habitantes ou dependentes daquele meio de alguma forma (Nascimento, 2007).

A terminologia responsabilidade socioambiental tem ganhado grande destaque tanto no meio acadêmico quanto no meio empresarial, com o intuito de conhecer mais sobre o assunto e colocá-lo em prática. Esse interesse tem sido motivado por uma pressão cada vez mais intensa da sociedade por empresas que contribuam para diminuir problemas ambientais e sociais da atualidade.

A Responsabilidade Socioambiental – RSA nas empresas tem-se tornado um tema de muita relevância e tem adquirido importância nas estratégias de negócios de uma empresa. Atualmente, a sociedade não aceita mais que empresas forneçam apenas qualidade, preço e cumprimento da legislação; ela passou a valorizar, cada vez mais, empresas que ajudam a minimizar os problemas sociais e ambientais da atualidade (Busch & Ribeiro, 2009).

A RSA é um compromisso por parte dos empresários, com o intuito de adotar uma postura e ações éticas, que visam contribuir para com o desenvolvimento econômico da cidade, estado, país e nação, de forma interligada com a qualidade de vida também de seus clientes internos e externos.

Essas ações tornaram-se um fator de competitividade para o âmbito empresarial. Em tempos passados, o que identificava competitividade em uma empresa era, basicamente, o preço dos seus produtos e serviços. Atualmente, as empresas necessitam investir no permanente aperfeiçoamento de suas relações com todos os *stakeholders* que têm relação com ela, são eles: clientes, fornecedores, parceiros e colaboradores, e não podendo ainda deixar de incluir a comunidade na qual está inserida, o governo, e também a sociedade de um modo geral.

As preocupações por parte das empresas com as questões sociais e ambientais ocupam lugar de destaque atualmente. Um olhar no cotidiano de muitas cidades brasileiras evidencia a ausência ou queda de qualidade de vida de parcela expressiva da população. Esse fenômeno remete a demandas e responsabilidades que envolvem toda a sociedade, o que inclui também as organizações.

Para as empresas, a disseminação da responsabilidade socioambiental tem marcado o peso de suas ações, com o potencial de agravar ou atenuar problemas sociais e ambientais de algumas comunidades. Por exemplo, a modernização de uma unidade produtiva pode ter como efeito a demissão de antigos funcionários, ou a troca de uma matéria-prima por outra com menor custo, podendo ampliar os níveis de poluição. Além disso, também se discute o uso de parte do lucro das organizações em ações voltadas para os interesses da sociedade, tema este muito discutido nas empresas (Carrieri, 2009).

Internamente às organizações, a comunicação das ações de responsabilidade socioambiental também tem se mostrado importante ferramenta para o fortalecimento da imagem corporativa junto aos funcionários, além de contribuir para agregar valor à imagem empresarial, levando as empresas a repensarem seus modelos gerenciais, competências e habilidades, direcionando suas práticas para

novos formatos de relacionamentos com seus públicos internos e externos (Soares & Valadão, 2007).

A responsabilidade socioambiental pode ser entendida como a responsabilidade que a empresa tem com a sociedade e com o meio ambiente, não esquecendo também de suas obrigações legais e econômicas.

A responsabilidade socioambiental é acatada, atualmente, como um imperativo para sobrevivência das organizações. A incorporação da responsabilidade social ao discurso de empresas brasileiras vem acompanhada de outros termos como ética, relações com *stakeholders*, gestão socioambiental, cidadania empresarial. Tanto nas práticas organizacionais quanto no meio acadêmico verifica-se o interesse de compreender melhor o sentido de tais conceitos e como se dá a interação entre eles (Soares & Valadão, 2007, p. 18).

Como propósitos desta seção, foram apresentados aspectos teóricos sobre a responsabilidade socioambiental e a sua importância na sociedade atual. A próxima seção aborda aspectos teóricos acerca da sustentabilidade, que mantém restrita influência e relação com a responsabilidade socioambiental.

## **Sustentabilidade**

A definição mais difundida para o termo “sustentabilidade” é a da Comissão *Brundtland*, a qual afirma que “o desenvolvimento sustentável deve satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (Claro, Claro & Amâncio, 2005, p. 1).

Para alcançar sustentabilidade é necessário levar em conta três esferas: a ambiental, a social e a econômica, que devem ser consideradas como indissociáveis, formando um tripé. Elkington (1997) definiu esse “tripé” como o “*Triple Bottom Line*”.

Um aspecto central da definição do termo sustentabilidade é o balanceamento da proteção ambiental com o desenvolvimento social e econômico. Desenvolvimento neste caso é um processo de transformação que combina crescimento econômico com mudanças sociais e culturais, reconhecendo os limites físicos impostos pelos ecossistemas, fazendo assim com que as considerações ambientais sejam incorporadas em todos os setores e também na arena política (Claro, Claro & Amâncio, 2005, p. 61).

O conceito criado por Elkington (1997) tem inspirado várias empresas a mudarem suas visões a respeito do desenvolvimento sustentável. A sustentabilidade que até há algum tempo era vista apenas como um meio de promoção de sua imagem, hoje tem desempenhado um papel verdadeiro dentro das organizações que estão empenhadas em exercer suas atividades gerando lucros e também preservar o meio ambiente do qual dependem e se preocupando com o meio social no qual estão inseridas.

O termo sustentabilidade está cada vez mais presente no ambiente empresarial. Atualmente, os discursos de gestores e empreendedores sobre sustentabilidade são dirigidos para seus funcionários, seu mercado consumidor, concorrentes, parceiros, ONGs e órgãos governamentais. Esses discursos buscam vincular práticas gerenciais a uma imagem positiva da empresa relacionada a aspectos ambientais, sociais e econômicos. O problema reside na dificuldade que as empresas encontram em associar discursos e práticas gerenciais a uma definição completa de sustentabilidade (Claro, Claro & Amâncio, 2005, p. 63).

Por todo o exposto, todas essas esferas (ambiental, social e econômica) são fundamentais no âmbito organizacional e, conseqüentemente, não são mais somente vistas como uma forma de se ficar bem com a sociedade, mas sim como um compromisso da empresa, que contribui para sua permanência no mercado de atuação, pois a preocupação com o meio ambiente é fundamental no desenvolvimento de qualquer organização.

### **Os discursos organizacionais**

Organizações que praticam ações de responsabilidade socioambiental mantêm a sociedade a par de suas ações por meio de informações divulgadas em *sites*, relatórios de sustentabilidade empresariais e boletins específicos. A partir da análise desses materiais de divulgação, é possível distinguir três tipos de discursos organizacionais, a saber: o discurso explicitado, o discurso pronunciado reservadamente e o discurso não dito.

O discurso explicitado assume uma postura socialmente responsável, porque não se restringe apenas à sua função econômica e passa a orientar-se também pela função ética da responsabilidade social corporativa. Esse discurso não esconde que a mudança de postura da sociedade, na exigência de uma postura mais ética das organizações, tenha sido ao menos, parcialmente, responsável pela transformação (Soares, 2004).

No discurso pronunciado reservadamente, que contempla as informações que, embora públicas, não são divulgadas no âmbito da população em geral e se encontram preponderantemente em trabalhos acadêmicos e livros especializados, são abordadas estratégias de implementação da responsabilidade social com o intuito de ampliar a oferta de produtos da empresa no mercado. Aborda também estratégias de *marketing*, pois garante um diferencial competitivo a partir da consolidação de uma imagem favorável junto aos clientes e junto aos trabalhadores.

Uma das modalidades de ação social que vem sendo crescentemente incentivada no âmbito da responsabilidade social corporativa é o voluntariado empresarial. O discurso pronunciado reservadamente apresenta o voluntariado como uma forma do trabalhador exercer a cidadania e cumprir seu papel frente à necessária transformação das realidades sociais. Por outro lado, ele afirma que os benefícios do trabalho voluntário remetem à questão da competitividade e da diferenciação necessária à sobrevivência das organizações, pois elevam o nível de satisfação e de identidade dos trabalhadores com a empresa, redundando em maior envolvimento com o trabalho, aumento do comprometimento organizacional, em desenvolvimento de competências, fortalecimento da cultura corporativa e consolidação de uma imagem corporativa favorável (Garay, 2001 como citado em Soares, 2004, p. 45).

Por fim, o discurso não dito é revelado a partir de uma análise crítica dos discursos explicitado e pronunciado reservadamente; conta também com o amparo de um referencial teórico-crítico. A partir dessa análise, é revelado outro sentido das responsabilidades social e ambiental das organizações que tem por objetivo camuflar o interesse particular da organização (Soares, 2004).

Na segunda seção deste artigo foram apresentados os referenciais teóricos que serviram de base para discussão das temáticas de responsabilidade social, ambiental e socioambiental, além dos tipos de discursos organizacionais. Na próxima seção, são abordados os aspectos metodológicos, utilizados na presente pesquisa, evidenciando, principalmente, a técnica utilizada para analisar o discurso organizacional da empresa SABESP.

## ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para elaboração deste trabalho foi adotada a abordagem descritiva que para Hair *et al.* (2005) a pesquisa descritiva apresenta planos estruturados e especificadamente criados para medir as características descritivas em uma questão de pesquisa. As hipóteses derivadas da teoria, normalmente servem para guiar o processo e fornecer uma lista do que precisa ser mensurado. Junto com a pesquisa descritiva foi utilizada a pesquisa bibliográfica que para Lima e Miotto (2007, p. 38), “[...] implica um conjunto ordenado de procedimentos de busca por soluções, atento ao objeto de estudo”.

Para Carrieri e Luz (1998), os estudos podem ser quantitativos e/ou qualitativos. No caso específico dessa pesquisa, a abordagem qualitativa ocorre visando a analisar o discurso organizacional da empresa SABESP.

A análise de discurso é o nome dado a uma variedade de diferentes enfoques no estudo de textos, desenvolvida a partir de diferentes tradições teóricas e diversos tratamentos em diferentes disciplinas. Não existe uma única “análise de discurso”, mas muitos estilos diferentes de análise, e todos reivindicam o nome. Essas perspectivas partilham de uma rejeição da noção realista de que a linguagem é simplesmente um meio neutro de refletir, ou descrever o mundo, e uma convicção da importância central do discurso na construção da vida social (Bauer, Gaskell & Allum, 2002, p. 22).

Para Bardin (2006 como citado em Mozzato & Grzybovski, 2011) a análise de discurso organiza-se em três fases: 1) pré-análise, que se trata da organização por meio de quatro etapas: (a) leitura flutuante, que estabelece o contato com os documentos da coleta de dados; (b) escolha dos documentos, que serão analisados; (c) formulação das hipóteses e dos objetivos; (d) referenciação dos índices e determinação de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise. 2) A segunda fase consiste na exploração do material que vai possibilitar ou não a riqueza das interpretações e inferências. Esta é a fase da descrição analítica, a qual diz respeito a qualquer material textual coletado submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e

referenciais teóricos. 3) A terceira fase diz respeito ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação.

Por meio do estudo de caso único, esta pesquisa buscou investigar o discurso organizacional da empresa SABESP e de que forma essas informações são expostas, verificando também se as práticas de responsabilidade socioambiental da empresa incorporam as três dimensões (econômica, social e ambiental) propostas por Elkington (1997), mais conhecida como “*Triple Bottom Line*”. De acordo Yin (2010), o estudo de caso único tem por finalidade compreender uma situação em maior profundidade dentro de seu contexto na vida real.

Este autor afirma ainda que para confirmar, contestar ou entender a teoria, deve existir um caso único que satisfaça todas condições para testar a teoria. Este pode ser utilizado para determinar se as proposições de uma teoria são corretas ou se algum outro conjunto alternativo de explicações possa ser mais relevante.

A empresa objeto de estudo é a SABESP, que foi criada em 1973, a partir da fusão de várias empresas e sob as diretrizes do Plano Nacional de Saneamento (PLANASA). Sociedade anônima de capital aberto e economia mista, sediada no município de São Paulo, capital do Estado de São Paulo, no Brasil, a companhia é controlada pelo Governo do Estado e regulada por princípios e normas de direito público e privado.

A divulgação de relatórios de sustentabilidade, hoje, não é uma obrigação para as empresas, mas é um mecanismo de relatar e de prestar contas para a sociedade de suas ações relacionadas ao meio ambiente, social e econômico. Para elaboração deste trabalho, inicialmente, foram pesquisados os balanços sociais e ambientais de algumas empresas de segmentos diferentes disponibilizados em seus próprios *sites*. A SABESP foi escolhida para análise, pelo seu diferencial em divulgar relatórios de sustentabilidade com uma grande riqueza de detalhes em suas ações.

Foi realizada uma comparação de relatórios anuais de sustentabilidade disponibilizados em seu *site*, abrangendo os anos de 2007 a 2012, com o intuito de analisar se as ações divulgadas são uma questão de identidade ou apenas buscam reforçar a imagem da empresa. Buscou-se observar, também, se houve uma evolução da visão da empresa quanto à sua responsabilidade socioambiental.

## **A ANÁLISE DO DISCURSO DA SABESP**

O discurso da empresa SABESP é divulgado para a sociedade por meio de relatórios periódicos de sustentabilidade em seu *site* na *Internet*. Essa divulgação se dá por meio de um discurso explicitado, que é construído com a intenção de apresentar a empresa para a sociedade de maneira mais aceitável, ou seja, mostrar para a sociedade que, apesar de atuar em um segmento que agride o meio ambiente, ela se preocupa em promover ações que minimizem esses impactos.

De acordo com o que afirma Bardin (2006) foi feita uma pré-análise e exploração dos documentos disponibilizados pela empresa, determinados alguns trechos e análises que visam responder ao objetivo da pesquisa, e apresentados os resultados inferidos.

Na mensagem da Diretora-Presidente da empresa, é possível identificar trechos que elevam a imagem da organização, por meio de suas ações e conquistas durante o ano, sem deixar de realçar a questão da sustentabilidade, é o caso do trecho:

A somatória de conquistas de 2012 nos permite reafirmar, a cada novo ano, nosso compromisso de universalizar os serviços de saneamento até o fim da década, nas áreas regulares onde operamos, tendo a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente como normas do nosso dia a dia.

Na esfera social, é percebida uma preocupação com o meio em que a empresa atua, por ações de promoção da inclusão social de jovens no mercado de trabalho em parceria com o SENAI-SP, mediante aprendizagem industrial. Com a “tarifa social” a empresa promove o acesso de várias famílias de baixa renda a serviços de saneamento com a redução de taxas e tarifas em seus serviços, além de promover atividades educacionais para clientes, fornecedores e comunidades sobre o uso racional da água e educação ambiental.

No âmbito cultural, a empresa investe em ações como: SABESP para quem tem sede de cultura promovendo projetos nas áreas de cinema, literatura, artes plásticas, música, dança, teatro, circo e preservação de patrimônios culturais, projetos esses destinados à população de São Paulo, por meio de patrocínio de filmes, e destinados a escolas, tendo como público-alvo as crianças. No trecho elaborado por uma equipe técnica, formada pelo próprio corpo da empresa, juntamente com a consultoria externa da empresa Weingrill Informação e Comunicação Ltda., fica mais evidente esta preocupação:

Acreditamos que praticar responsabilidade socioambiental é respeitar a vida, nas suas mais variadas necessidades. Entre elas, a cultura e suas mais diferentes formas de expressão.

Nesse fragmento, é nítido o discurso explicitado, já que a empresa deixa clara sua postura em relação ao meio social.

É possível inferir que tais práticas/projetos estão de acordo com o que Melo e Froes (2001) afirmam quando definem a responsabilidade social como uma “ação transformadora”, uma intervenção direta em busca da solução de problemas sociais.

Em relação aos funcionários a empresa investe em capacitações, vários incentivos como cestas básicas, convênios com supermercados e farmácias. Proporciona reembolso de auxílio-creche para colaboradores que possuem a guarda legal de seus filhos ou a utilização do Centro de convivência Infantil da companhia, e reembolso àqueles que possuem filhos portadores de necessidades especiais.

Cita-se, ainda, o Programa Viver Feliz que, em 2012, promoveu ações de reeducação alimentar e atividade física para seus funcionários, mostrando a preocupação com a saúde destes e melhoria no clima organizacional que fica mais evidente no trecho criado pela mesma equipe técnica em parceria com a empresa Weingrill:

O Programa Viver Feliz em 2012 realizou ações relacionadas à reeducação alimentar e atividade física, já que a obesidade e o sedentarismo foram identificados como os principais fatores de risco à saúde dos empregados.

A empresa se preocupa com a qualificação e com a capacitação de seus colaboradores, dispondo de uma universidade empresarial, convênios com instituições de ensino que propiciam descontos de até 40% para seus empregados e dependentes legais. Capacitações em higiene e medicina do trabalho.

Em um relato feito por A. B. S. Stela B. Ferreira (2011) (que atualmente integra o quadro de colaboradores da empresa), ela destaca como as ações da empresa são vistas pelos colaboradores:

Quando conheci como é feito o tratamento da água, decidi que queria fazer parte do quadro de funcionários.

Ana Stela, afirma ainda:

A água é um recurso finito e temos que preservar.

Segundo Soares (2004), o discurso explicitado não se limita apenas à sua função econômica. É orientado também na ética da responsabilidade social corporativa. Com isso, o discurso evidencia a preocupação com o meio ambiente, preocupação expressa com projetos, como o Aquapolo, que fornece água de reuso para fins industriais para o Polo Petroquímico de Capuava, preservando assim a água potável e o Programa de Reciclagem de Óleo de Fritura, que tem pontos de coleta desse óleo que futuramente será transformado em biocombustível e sabão, deixando assim de contaminar milhares de litros de água; o aproveitamento dos gases gerados pelo processo de tratamento do esgoto com a produção de biogás, que será utilizado posteriormente em sua frota. Há também o Programa de transformação do lodo gerado pelas atividades do saneamento em adubos orgânicos, que poderão ser utilizados em culturas como cana-de-açúcar e café, além de vários outros programas que a empresa possui.

O desenvolvimento de todas essas ações e projetos remete a uma preocupação em agir de modo diferenciado. Ao analisar o que Perés, Amador e Souza (2012) afirmam, que os problemas ambientais provocados pelos humanos decorrem do mal uso do meio ambiente para obter os recursos necessários para produzir os bens e serviços que esses necessitam e os despejos de resíduos e energia não aproveitados, são eliminados no meio ambiente sem os devidos cuidados. Essa é uma postura remete o pensamento de Nascimento (2007) que afirma: Acreditava-se que a natureza tinha a capacidade de assimilar tudo o que nela era jogado. Era como se a natureza fosse um grande filtro, onde tudo que caía no solo, na água ou lançado na atmosfera seria limpo e desapareceria, sem causar danos ao homem.

É possível identificar, por meio de comparações com relatórios de anos anteriores (2007 a 2012), a preocupação na redução de atividades que possam causar possíveis danos ao meio ambiente, como a diminuição do consumo de energia elétrica e o aumento significativo de um ano para outro do destaque dado pela empresa a essa temática.

Quanto a novos mercados que a empresa tem buscado percebe-se uma preocupação em se expandir no mercado sem deixar de olhar para o meio ambiente, o que fica bem explicitado no trecho:

[...] a SABESP tem buscado atuar em novos mercados que não sejam apenas a prestação *stricto sensu* de serviços de abastecimento de água e esgotamento sanitário, expandindo suas atividades para além-fronteiras e desenvolvendo soluções, que tanto otimizemos processos produtivos, quanto colaborem para a preservação dos recursos naturais.

Neste trecho a empresa demonstra sua intenção de crescimento em outros mercados, mas sem se desvincular da proteção ao meio ambiente, demonstrando, mais uma vez, o fato de o discurso da empresa ser explicitado, deixando bem claro que não se preocupa apenas em seu próprio crescimento, mas orienta-se também pela responsabilidade socioambiental.

Com essas ações, a empresa exemplifica bem o que foi exposto por Claro, Claro e Amâncio (2005), quando afirmam que o termo sustentabilidade é o balanceamento da proteção ambiental com o desenvolvimento social e econômico. Desenvolvimento, nesse caso, como um processo de transformação que combina crescimento econômico com mudanças sociais e culturais, reconhecendo os limites físicos impostos pelos ecossistemas, fazendo assim com que as considerações ambientais sejam incorporadas em todos os setores.

Diferentemente do que foi afirmado por Soares e Valadão (2007), citando Friedman, de que as ações empresariais devem primar pelo lucro, a SABESP tem mostrado uma postura diferenciada, não levando somente em consideração a questão econômica, mas sim o tripé da sustentabilidade, considerado por Elkington (1997) como um facilitador do alcance do desenvolvimento sustentável.

É possível perceber que a questão econômica da empresa é tratada com riqueza de detalhes, abordando parâmetros de rendimentos gerados por meio da entrada da empresa nos mercados de ações brasileiro e americano, pagamentos, lucro líquido da empresa gerado no ano, valores investidos em ampliações da empresa e em programas de redução de perdas, dívidas assumidas com instituições nacionais e internacionais, devedores, entre outros índices, com o objetivo de mostrar transparência em suas ações aos seus investidores, diminuir dúvidas e proporcionar conhecimento para tomadas de decisão.

No decorrer de todo o discurso da empresa SABESP, é possível visualizar, por meio da concretização em vários projetos elaborados e mantidos por ela, que foi construído e consolidado um *marketing* muito forte sobre sua marca, conforme o que Soares e Valadão (2007), afirmam que se posicionar como empresa socialmente responsável ajuda a propagar uma imagem positiva junto aos consumidores. Outro fator importante para se destacar é o compromisso com as ações de



responsabilidade socioambiental que são desenvolvidas, pelo fato de que essa responsabilidade se tornou uma questão de identidade para a empresa. Os relatórios anuais de sustentabilidade da empresa e que foram analisados permitem perceber que todos tratam dessa questão, com um aumento do foco e do envolvimento da empresa a cada ano, tornando-se um valor arraigado à sua cultura. Essa questão de identidade é percebida pelo grau de importância que a empresa demonstra ao investir em ações de recuperação do meio ambiente, não agindo apenas porque existe uma pressão tanto social quanto legal sobre essa questão. As ações vão muito além do que é cobrado e o crescimento da empresa não é analisado apenas no âmbito econômico, mas é avaliada com a mesma importância a questão dos impactos que essas ações poderão causar.

Na esfera social, a empresa busca promover ações de melhoria de vida da comunidade na qual está inserida e também em outras comunidades, com o intuito de promover condições de vida mais dignas e levar o acesso de cultura a populações menos favorecidas que não teriam condições de desfrutar desse acesso sem essas iniciativas. Na relação com seus clientes, investidores e fornecedores, o respeito com que são tratados, e a transparência com que as informações são relatadas é uma característica importante, além disso, eles recebem cursos sobre preservação do meio ambiente, seus funcionários recebem treinamentos e participam de programas voltados para a preservação e valorização pessoal, principalmente aqueles iniciantes, para que conheçam a cultura e aprendam esses valores que são hoje uma das principais características dessa empresa.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho teve como objetivo evidenciar as práticas sociais e ambientais da empresa SABESP por meio da análise de seu discurso organizacional. Com base na revisão da literatura sobre a responsabilidade social, foi possível perceber que esse conceito sofreu modificações ao longo dos anos, passando de uma visão puramente econômica, para uma visão mais ampla, que enxerga a empresa como um membro da sociedade e que, por causa disso, possui responsabilidades no meio social.

No que se refere à abordagem do conceito de responsabilidade ambiental, foi identificado que a degradação do meio ambiente vem de longa data, e que a conscientização dos impactos causados por ações negativas e suas consequências mostra-se bem recente. Acompanhada a essa preocupação, a sociedade, juntamente com órgãos reguladores, passou a exigir atitudes que agridam menos o meio ambiente, ou seja, uma postura mais responsável por parte das empresas.

A revisão teórica permite inferir que as organizações só vão alcançar seu desenvolvimento sustentável se considerarem as três vertentes que formam o tripé da sustentabilidade: a esfera econômica, a social e a ambiental. Não podem considerar esses termos apenas como um meio de se promoverem, mas como compromisso da empresa em respeitar o meio do qual ela depende para sobreviver.

No que tange à questão de imagem da SABESP, é possível observar que existe um *marketing* forte e consolidado sobre sua marca, podendo-se atribuir esse sucesso a suas ações de responsabilidade socioambiental. Quanto à questão de identidade da empresa, pode-se afirmar que, por meio das várias ações que realiza e pela atenção e importância com que são tratadas, essa identidade arraigou-se à cultura da empresa.

A análise de discurso da SABESP evidenciou que a empresa divulga suas informações a partir de um discurso explicitado, contendo inúmeros projetos e ações voltadas para a preservação e recuperação do meio ambiente e promoção de inclusão social no meio em que a empresa atua. Essa preocupação também foi identificada em excertos da mensagem da Diretora-Presidente, que ressalta uma visão de crescimento da empresa unida com a responsabilidade socioambiental. No decorrer do discurso, foram identificados vários trechos que expressavam a mesma visão de preocupação em suas ações e o impacto que poderiam causar e ainda promover ações de recuperação e melhoramento de ambientes degradados e promoção de oportunidades de crescimento profissional para jovens carentes, promoção de cultura para as famílias de baixa renda e projetos de tarifas reduzidas para famílias carentes com o intuito de promover uma vida mais digna para essas pessoas.

As limitações deste trabalho referem-se ao fato de que a análise de discurso organizacional foi feita apenas com o material institucional disponibilizado pela empresa em seu *site*, não sendo possível adotar métodos como entrevistas, aplicação de instrumentos de coleta de dados, por meio dos quais traria uma gama de informações complementares à análise aqui apresentada. Outra limitação reside no fato de que a pesquisa restringiu-se apenas a uma única empresa, dessa forma, seria interessante que novas pesquisas fossem realizadas com um número maior de organizações e de outros segmentos de atuação no mercado. Tais limitações poderão ser objeto de discussão em novas pesquisas a serem desenvolvidas com o propósito de obter avanços nessa área.

## REFERÊNCIAS

Bauer, M. W. ; Gaskell, G. E; Allum, N. C. (2002). Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento. In: Bauer, M. W. ; Gaskell, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.

Braga, Patrícia Barros. (2012) *Análise do programa selo município verde como uma ferramenta operacional na gestão ambiental no estado do Ceará*. Recuperado em 1 de novembro, 2013, de [http://www.repositorio.ufc.br/ri/bitstream/riufc/6280/1/2012\\_dis\\_pbbraga.pdf](http://www.repositorio.ufc.br/ri/bitstream/riufc/6280/1/2012_dis_pbbraga.pdf). Acesso: 01/11/2013

Busch, Susanna Erica; Ribeiro, Helena. (2009). Responsabilidade socioambiental empresarial: revisão da literatura sobre conceitos INTERFACEHS – *Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente* 4(2), 36-51.

Carrieri, A. de P.; Luz, Talita R. da. (1998). Paradigmas e Metodologias: não existe pecado do lado de baixo do equador. *Anais do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração EnANPAD*, Brasil, 22. Foz do Iguaçu, PR, Brasil, 22.

- Carrieri, Alexandre de Pádua ; Silva, Alfredo Rodrigues Leite da; Pimentel, Thiago Duarte. (2009). O tema da proteção ambiental incorporado nos discursos da responsabilidade social corporativa. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(1), 1-16.
- Claro, Priscila Borin de Oliveira; Claro, Danny Pimentel; Amâncio, Robson. (2005). *Entendemos sustentabilidade em sua plenitude?* Análise de fatores que influenciam a interpretação do conceito. Anais da Associação Brasileira de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.
- Hair, Joseph, F, Jr.; Babin, Barry; Money Arthur H.; Samouel, Phillip. (2005). *Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Bookman Companhia Ed.
- Lima, Telma Cristiane Sasso de; Miotto, Regina Célia Tamasso. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. *Revista Katal*, 10, 37-45. Recuperado em 09 de abril, 2013, de <http://www.scielo.br/pdf/rk/v10nspe/a0410spe.pdf>
- Melo, Marciano Almeida. (2011). *O desenvolvimento industrial e o impacto no meio ambiente*. Recuperado em 01 de março, 2013, de [http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=6837](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=6837)
- Melo, Francisco Paulo de, Neto; Froes, César. (2001). *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed.
- Mozzato, Anelise, Rebelato; Grzybovski, Denize. (2011). *Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios*. Recuperado em 09 de abril, 2013 de <http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n4/a10v15n4>
- Naime, Roberto. (2013). *Histórico da moderna gestão ambiental*. Recuperado em 06 de março, 2013, de <http://www.ecodebate.com.br/2012/10/11/historico-da-gestao-ambiental-artigo-de-roberto-naime/>.
- Nascimento, Luis Felipe. (2007). Quando a gestão social e a gestão ambiental se encontram. *Anais do Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31
- Péres, Wolmir Ercides; Amador, Maria Betânia Moreira; Souza, Roberto Rodrigues de. (2012). *Ambientes hospitalar e natural: suas correlações*. Geoplan: Geoecologia e Planejamento Territorial.
- PNUMA. (2013). *Brasil PNUMA*. Recuperado em 01 de março, 2013, de <http://www.brasilpnuma.org.br/pnuma/index.html>.
- SABESP. (2011). *Relatório de Sustentabilidade*. Recuperado em 25 de fevereiro, 2013, de [http://site.sabesp.com.br/uploads/file/asabesp\\_doctos/relatorio\\_sustentabilidade2011.pdf](http://site.sabesp.com.br/uploads/file/asabesp_doctos/relatorio_sustentabilidade2011.pdf).
- Santos, A. R. dos. (2002). *Metodologia científica: a construção do conhecimento*. 5ª ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- Soares, G. M. de P. (2004). Responsabilidade Social Corporativa: Por uma boa causa!/? *Revista de Administração de Empresas - RAE Eletrônica*, 3(2),1-15.
- Soares, Raquel Santos; Valadão, Valdir Machado, Jr. (2007). As faces que a responsabilidade socioambiental mostra e as que ela esconde. *Alcance*, 14(3), 375-384.

Tenório, Fernando Guilherme. (2004). *Responsabilidade Social Empresarial*. Teoria e Prática. Rio de Janeiro: FGV. p. 208 Coleção FGV Prática.

Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Tradução de Ana Thorell; revisão técnica de Cláudio Damacena - 4ª ed. - Porto Alegre: Bookman.