

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: O RH CONTRIBUINDO COM O MEIO AMBIENTE

Flávio Henrique Carvaleal¹
Diva Lea Batista da Silva²

RESUMO: Este trabalho tem o objetivo de mostrar o significado do termo *sustentabilidade* e sua importância. Por sua vez, as empresas podem dar muitas contribuições na implantação de ações sustentáveis, por intermédio do setor de Recursos Humanos (RH), buscando de forma estratégica, ensinar e, principalmente, conscientizar os funcionários, para que não só a empresa cresça de modo sustentável, mas também a sociedade em geral. Para a coleta de dados, utilizou-se a pesquisa em sites da internet, livros, programas de televisão e revistas sobre o assunto. Como principal resultado, foram apresentados os seguintes itens: a) o termo sustentabilidade está sendo incorporado aos poucos pelas empresas; grandes exemplos citados neste trabalho mostram essa tendência; b) o setor de RH pode ser o responsável pela mudança necessária no modo de pensar das empresas, com ações de conscientização e alteração do modo de pensar e, principalmente, de comprometimento das pessoas em busca do objetivo. Usar o setor de transporte, um dos maiores causadores da poluição, para exemplificar o que pode ser feito, se torna relevante, pois este pode contribuir e muito para a preservação do planeta. Conclui-se que basta uma perfeita união entre organizações e sociedade, entre empresa e cidadão, para que se possam vincular bons investimentos, com o pensamento de respeito e preservação do meio ambiente, dando à natureza tempo hábil de recompor os recursos que dela se extraí.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento sustentável. Recursos Humanos. Respeito ao meio ambiente. Comprometimento humano.

ABSTRACT: This work aims to show the meaning of the term sustainability and its importance. In turn, companies can make many contributions in implementing sustainable actions through the Human Resources (HR) department, seeking a strategic way, teach, and especially educate employees so that not only the company grow sustainably but also society in general. To collect data, we used the search on internet sites, books, television programs and magazines on the subject. As a main result, the following items were presented: a) the term sustainability is being built piecemeal by the companies; great examples cited in this paper show that trend; b) the HR sector may be responsible for needed change in thinking enterprises, with actions to raise awareness and change the way of thinking and, above all, the commitment of people towards the goal. Using the transport sector, one of the major causes of pollution, to illustrate what can be done, becomes relevant, as this can contribute a lot towards the preservation of the planet. It is concluded that just a perfect union between organizations and society, between the citizen and business, so that they can bind good investments, with the thought of respect and preservation of the environment, giving nature a timely manner to replenish the resources that it is extracted .

KEYWORDS: Sustainable Development. Human Resources. Respect for the environment. Human involvement.

1. O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA RELAÇÃO SER HUMANO X CIDADÃO

¹ Pós-graduando UENP/FAFIJA. Artigo apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Recursos Humanos. UENP/FAFIJA-PR, Gestão de Recursos Humanos, 2007.

² Profª. Orientadora - Doutora em Letras pela UNESP-Assis-SP. IMESA (Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis). A realização desta monografia foi em 2007, mas como o tema é atual, acredita-se que é mais uma pesquisa sobre o tema que ainda não foi publicada. E-mail: diva.lea@superig.com.br

Antes de o homem se tornar cidadão, a grande natureza tornou-nos homens. (James Lowell)

Há uma clara diferença entre ser humano e cidadão, pois, afinal de contas, para se obter o direito de ser reconhecido como ser humano, basta nascer e, ele mesmo sem ter consciência disso, já faz parte de uma sociedade. Por outro lado, ao se tornar um cidadão, passa a ter direitos e deveres. Enquanto que o ser humano é apenas um mero espectador, o cidadão é o protagonista da história e passa a sofrer e a desfrutar das conseqüências de seus atos e escolhas. Portanto, está nas mãos dos verdadeiros cidadãos tomarem as decisões e atitudes necessárias para que se possa continuar vivendo em um mundo digno, que respeita e conserva os recursos naturais, que pensa nas gerações futuras, ou seja, agir no presente pensando no presente e no futuro.

E essa exigência do verdadeiro cidadão se faz cada vez mais necessária, uma vez que os valores éticos e morais são colocados em xeque e à prova, diante da eminente necessidade do cidadão ter que escolher entre um mundo extrema e puramente capitalista ou um mundo onde se pode, perfeitamente, obter lucros e sucesso de forma coletiva, como também de uma forma sustentável e controlável.

Para tanto, deve-se ter em mente o significado do termo “sustentabilidade”.

Alguns dicionários ainda não trazem a sua definição, outros, como Luft (2000, p. 624) apresenta-a como adjetivo originado da palavra “sustentar”, do latim “sustentare”, ou seja, “conservar-(se), manter-(se), suster-(se), equilibrar-(se) ou ainda sustentável (que se pode sustentar)”.

Sem a ajuda de dicionários, pode-se definir sustentabilidade como uma maneira de conseguir uma perfeita sintonia entre progresso e meio ambiente, entre o conforto físico para o corpo cansado do trabalho e a consciência limpa por ter conseguido bem-estar material e comodidade, sem prejudicar outros seres, e o equilíbrio entre o desenvolvimento da raça humana e a conservação da natureza.

Esse é um modo de satisfazer necessidades atuais e presentes, sem destruir ou comprometer os recursos necessários para que as gerações futuras possam suprir suas necessidades, colocando em prática o segredo dos grandes administradores com o planejamento estratégico, com o pensamento a longo prazo (não a curto prazo), como é o sistema da maioria dos empresários.

Com isso, pode-se ter uma clara diferença entre as palavras crescimento e

desenvolvimento. Por um lado, a primeira diz respeito apenas aos bens materiais, sem levar em conta aspectos sociais, quanto menos ambientais. E é isso que a maioria dos seres humanos busca desde os primórdios, é o que vem acontecendo há tanto tempo, e a geração do presente e as gerações futuras irão sentir o impacto da “cegueira” humana.

Por outro lado, a segunda, também busca o aumento de riquezas, mas com o objetivo de melhorar a qualidade de vida de toda a população, levando em consideração alguns aspectos deixados de lado pelo crescimento, como o social e o ambiental e, principalmente, prosperar como ser humano.

1.1 ATIVIDADE LUCRATIVA

A natureza não faz milagres; faz revelações (Carlos Drummond de Andrade)

Muitas empresas e, conseqüentemente, muitos administradores, ainda resistem a acreditar que ações ligadas à sustentabilidade também podem gerar lucros. Ainda estão vinculadas à idéia que ações socioambientais só geram custos, como contratação de novos funcionários capacitados, ou ainda gastos com o treinamento necessário para o desenvolvimento desses profissionais, ou também gastos extras com as ações a serem feitas, a serem desenvolvidas pela empresa.

Mas, felizmente, segundo Ambrósio (2007), essa parcela de empresas e administradores, compõe a grande minoria, pois a grande maioria dos gestores já está preparada para esse novo mercado que se abre. Indubitável é que os gestores atentos ao mercado já conhecem esse tema há muito tempo e, como resultado, saem na frente dessa corrida pelo novo mercado.

Um bom exemplo disso é o setor de cosméticos, um dos mais importantes da economia brasileira, que cresce cada vez mais a cada ano. Tal setor exemplifica muito bem como as organizações podem impulsionar todo seu mercado e toda sua cadeia produtiva, ao aderir a uma gestão ética e transparente.

É de conhecimento de todos que o objetivo final do ramo de cosméticos pode-se resumir à qualidade de vida, ou seja, as pessoas compram seus produtos para se cuidarem, para se conservarem e o principal deles para se embelezarem, portanto, para se sentirem melhor, gerando qualidade de vida. Duas grandes empresas do ramo impulsionam, de maneira voluntária, todo setor a fazer isso, Natura e Boticário.

1.2 CASOS DE SUCESSO DE SUSTENTABILIDADE

A prova de que a natureza é sábia é que ela nem sabia que iríamos usar óculos e notem como colocou nossas orelhas. (Jô Soares) À vista das leituras feitas, constatou-se a participação de várias empresas e programas de desenvolvimento sustentável e, em contato eletrônico com elas, foram conseguidas várias informações que fazem parte deste trabalho. Pode-se assim citar uma das empresas que se destacaram.

A empresa siderúrgica ARCELORMITTAL (ISTOÉ, 2007, p. 54), em Tubarão/ES, encontrou a solução para um problema que ainda afeta muitas empresas: falta de energia elétrica. Logicamente, as empresas dependem da energia elétrica para poder girar suas máquinas. Mas, se acontecer algum problema com o fornecimento de energia, simplesmente param e esperam voltar, para que se possam recomeçar? Não, o mercado atual não permite regalias como essa.

Pensando nisso, uma empresa siderúrgica, a ArcelorMittal, se tornou auto-suficiente no campo energético, investindo em fontes alternativas de energia. Em 2006, a empresa passou a transformar os gases gerados a partir do processo industrial em energia elétrica. Idéia que ajudou a solucionar o problema de falta de energia momentânea que, às vezes, afetava a empresa. Mas, com o passar do tempo, viu-se uma ótima alternativa de lucros, que hoje gera uma receita de R\$ 300 milhões, receita que muitas empresas sonham em conseguir.

Com o projeto aprimorado, a empresa conseguiu fechar contratos, como o firmado com a Tractebel, um dos maiores grupos de distribuição de energia do País. Com R\$ 70 milhões investidos no projeto, há dez anos, hoje a empresa colhe os frutos do investimento em sustentabilidade.

Jorge Bittencourt, diretor de Distribuição de energia da ArcelorMittal (ISTOÉ Dinheiro, 2007, idem) afirma: “Caso ocorra um novo caos no setor elétrico, temos não somente a solução para a nossa empresa, como também para as demais companhias”.

1.3 O DESAFIO DA SUSTENTABILIDADE

E tomou o Senhor Deus o homem, e o pôs no jardim do Éden para o lavrar e o guardar. (GÊNESIS, 1969, cap. 2, vers. 15)

A seguir, são apresentados alguns itens de como devem ser as relações entre todos os setores e ramos, seja dentro de uma organização, ou entre duas ou mais empresas, com a participação da sociedade, para que se possa tornar uma empresa ou uma sociedade sustentável (INTEGRAÇÃO, 2007):

1- Informação, comunicação e relações internas – devem estar em perfeita harmonia, pois a comunicação entre as pessoas envolvidas no processo é a parte mais importante. Em uma empresa, informações distorcidas ou guardadas acarretam em um mau andamento das ações, resultando em perda de tempo e aumento de custo.

2- Relações com a sociedade (ou outras empresas) – tem de existir a maior transparência possível, pois a confiança é um dos bens mais preciosos que uma empresa pode conquistar. E, uma vez perdida, dificilmente se encontrará novamente. Portanto, a relação deve ser de total honestidade e parceria, sabendo que no final todos saem vitoriosos.

3- Recursos – devem ser tratados de modo eficaz, bem aplicados e com a colaboração de todos, não só de grandes empresas, mas também de pequenas empresas, por meio de associações comerciais, por exemplo.

4- Serviços e processos – devem ser bem distribuídos, para que cada setor, cada empresa e sociedade façam o que realmente podem e devem fazer para colaborar e para que possam ser cobrados por isso. Em um possível erro no processo, facilmente poderá se identificar onde ele está acontecendo e, sendo assim, sem perda de tempo, resolver o problema da melhor maneira possível.

5- Grupo gestor - obviamente, nada disso será possível, sem o comprometimento e o aval dos líderes, no caso de empresas, do presidente da organização, no caso da sociedade, prefeito, vereadores, comércio, professores, etc. Sendo assim, a participação dos gestores é de fundamental importância para o andamento de todo o projeto.

2 RECURSOS HUMANOS

O setor de RH, através do tempo, mostra seu valor e a importância de sua participação

direta nas organizações, mas para isso teve que passar por diversas fases, crescer e desenvolver-se para provar sua importância nos resultados das empresas. O setor deve sempre estar atento às novas tendências do mercado, para preparar o mais cedo possível os profissionais para novos desafios impostos pelo mercado. Investidores sempre pensam na sustentabilidade empresarial, na sobrevivência da empresa no mercado, e como e quem faz as empresas são as pessoas associadas ao RH, relacionar os termos empresa, sustentabilidade e pessoas, se torna parte crucial do setor de RH.

2.1 O SEGREDO, QUAL É?

Quando se fala de grandes empresas, de organizações vencedoras, com alto índice de desenvolvimento, com estabilidade, logo vêm à mente perguntas como: “Qual o segredo?”, “Como elas conseguem?” e logicamente “Por que minha empresa não consegue?”. A resposta (ISTOÉdinheiro, 2007) pode estar associada à administração de recursos humanos, pois as empresas estão cada vez mais iguais no quesito tecnologias, o qual está ao alcance de todos, com diversas alternativas de aquisição, com vários estilos de financiamento, um para cada tipo de empresa, diminuindo a distância entre quem podia e quem não podia comprar. Portanto, diferenças antigas como a tecnologia de maquinários, de sistemas e programas de gestão e até informações antes guardadas a sete chaves, estão disponíveis para empresários atualizados.

Diante disso, coloca-se o setor de RH como um diferencial entre as organizações; um exemplo bem claro pode ser encontrado na empresa Companhia Brasileira de Alumínio (CBA), que tem como presidente Antônio Ermínio de Moraes. Considerada a Empresa do Ano de 2007, no ranking de “As melhores do dinheiro”, pela revista ISTOÉdinheiro (2007), com 52 anos de existência, essa empresa hoje é a segunda maior fabricante de alumínio do País e a sexta do mundo, com faturamento em 2006 (dois mil e seis) de mais de R\$ 2,7 bilhões, e com faturamento operacional de R\$ 712 milhões.

O setor de Recursos Humanos é tratado nessa empresa como um diferencial, uma vantagem competitiva, uma maneira encontrada de estar à frente das demais, logicamente relacionada a uma ótima gestão administrativa e financeira. Uma prova disso é a baixa taxa de rotatividade dos funcionários da empresa que não ultrapassa 0,67% ao ano, índice considerado “raquítico” para empresas brasileiras, com 15 anos de tempo médio de casa, que caiu para 10 anos, porque 1500 novos funcionários foram contratados nos últimos anos.

Segundo PISAURO, diretor da CBA (ISTOÉdinheiro, *idem*, p. 62), “a motivação e a

capacitação dos funcionários são alguns de nossos principais triunfos, tenho 55 anos de idade, 37 de empresa e sou o caçula da diretoria”.

Em virtude dessas considerações, é indubitável que o setor de Recursos Humanos é um dos mais importantes da empresa, e deve ser tratado como tal, com investimentos no setor, com mais espaços para decisões junto à diretoria. Juntamente com os outros setores da empresa, corresponde ao organismo vivo, em que cada setor deve fazer sua parte em perfeita harmonia. Nessa esteira, o todo sai vitorioso, sempre com boas condições de trabalhar, extraindo-se o máximo de cada um, exatamente como no corpo humano, a pessoa dando condições para que o organismo possa trabalhar, tendo de retorno um corpo saudável e perfeito.

3 RELAÇÃO ENTRE RH E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Cumpre-se assinalar que a conquista de consciência da população quanto ao consumo sustentável está em ascensão, uma vez que o consumo consciente se refere a serviços e produtos de empresas que visam, na produção ou na realização de seus serviços, seguir padrões éticos e que realmente se interessam e se preocupam com o resultado de suas ações.

Diante disso, o setor de Recursos Humanos de uma empresa tem uma parcela muito grande nessa conquista, ao adotar uma política voltada para a conscientização de seus funcionários, no que se refere à importância do crescimento sustentável para o planeta, da preservação do meio ambiente e, principalmente, no seu papel como consumidor e, portanto, protagonista e herói dessa guerra, ou seja, a salvação do planeta. E isso torna esse funcionário um consumidor atento e fiscalizador quando (JUNQUEIRA, 2007):

1- no início, com a produção de seus produtos, se as matérias-primas que recebem de seus fornecedores são retiradas da natureza de forma leal e sustentável, se os meios para se produzir essa matéria-prima não explora mão-de-obra escrava adulta ou infantil;

2- também fiscaliza se esse produto é confeccionado e produzido de forma que não agrida seus funcionários, que não os explore;

3- para finalizar, pode-se citar a preocupação com a pós-venda, ou seja, como o produto será descartado pela população, se a própria empresa, ou sindicato que representa o determinado ramo em que atua, oferece condições de a população estar consciente de seu dever após consumir tal produto.

As condições estabelecidas por esse novo consumidor fazem com que muitas empresas adotem atitudes sustentáveis e socialmente responsáveis. Sendo assim, os novos gestores têm que se adequar à nova realidade do mercado, amoldar suas ações e as ações da empresa, às realidades impostas pelo consumidor moderno e consciente de seu dever.

Abaixo, seguem algumas ações que o setor de RH deve sugerir para que as empresas adotem a fim de se tornarem sustentáveis, conforme recomenda (JUNQUEIRA, 2007):

- 1- adoção de uma política de sustentabilidade com estratégica corporativa;
- 2- a sociedade anônima, por exemplo, usar de respeito para com os acionistas minoritários, utilizando principalmente a transparência, de forma que garanta a esses uma segurança quanto aos seus investimentos;
- 3- adotar o sistema de governança corporativa, garantindo a participação do conselho fiscal, conselho administrativo, diretores, auditoria externa, acionistas/ cotistas nas decisões e monitoramento da empresa;
- 4- produtos e serviços “politicamente corretos”, seguros e *inclinados* à preservação ambiental;
- 5- disseminar internamente, aos colaboradores, a necessidade de se ter uma consciência de responsabilidade social e prepará-los para ações condizentes com a consciência e, em especial, para o voluntariado.

Nesse novo conceito de administração, o gestor passa a agregar junto as suas competências essenciais a um bom gestor, outras como: inovação, criatividade, empreendedorismo, boa comunicação, a adoção de atitudes éticas.

3.1 O QUE ESTÁ ACONTECENDO NA ÁREA DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO

O setor de transporte rodoviário, com inegável contribuição para o desenvolvimento do país, transporta e distribui mais de 60% das riquezas por todo o território. Distribuídas em mais de 87.500 km de estradas, incluindo toda malha viária federal pavimentada, as principais rodovias estaduais e, sob concessão, são responsáveis pela geração de renda correspondente a 6,5% (seis e meio por cento) do PIB, Produto Interno Bruto (PIRELLI CLUB, n. 11).

Mas, por outro lado, não se pode negar que é também um dos mais poluentes, o país possui uma frota de 23,3 milhões de veículos, sendo quase 1.200.000, entre caminhões e carretas. O setor rodoviário exerce enorme influência, juntamente com as indústrias e queimadas, na emissão de gases prejudiciais à camada de ozônio, como o CO₂. Para se ter uma idéia, antes do ano de 1880, a quantidade de CO₂ na atmosfera era de 280 partes por milhão (equivalente a 586 gigatoneladas), já no ano de 2007, essa quantidade passou a ser de 790 gigatoneladas, cerca de 380 partes por milhão.

Diante disso, o setor decidiu dar uma contribuição efetiva para o planeta. Por meio da Confederação Nacional do Transporte (CNT), mediante uma meta nada modesta: - é neutralizar o CO₂ equivalente ao produzido pelo setor, mudando a visão que as pessoas têm em relação ao transporte, com a criação de programas que ajudam no combate à poluição e, conseqüentemente, no combate ao aquecimento global e, estabelecendo o pensamento de sustentabilidade no transporte.

Em 1996, em parceria com a Petrobras, o projeto piloto do *Despoluir* (REVISTA CNT, ano XIII, edição especial) conseguiu, por intermédio da ajuda ao transportado, economizar combustível, aumentando sua competitividade no mercado e evitando a emissão de 300 mil toneladas de CO₂ só em 2006.

O programa “Despoluir” foi definido, segundo as palavras do presidente da CNT, Clésio Andrade, como um “programa de mobilização ambiental do transporte, propondo-se a ser prioritariamente um programa de conscientização e de mobilização, queremos despoluir mentes” (IBIDEM). Esse programa abrange 140 mil empresas de transportes de cargas e passageiros e 733 mil trabalhadores autônomos em todo o país.

A sustentabilidade do setor de transporte está em como conseguir usar de forma sustentável sua principal matéria-prima, os combustíveis fósseis, que são usados para a produção de combustíveis, pneus e lubrificantes, itens indispensáveis para o transporte. Novos investimentos para a sustentabilidade do setor trazem resultados como o Biodiesel, Bioetanol, Gecam (diesel branco), aproveitamento de pneus, filtros e lubrificantes.

No decorrer deste trabalho, foram apresentadas várias sugestões de como contribuir para que haja desenvolvimento sustentável no mundo, por meio de exemplos de algumas empresas brasileiras.

Procurou-se também destacar o importante papel que o setor de RH de uma empresa pode exercer frente aos problemas, causados pelo homem “que não é cidadão”. Uma vez, que esse setor tem a possibilidade de mobilizar pessoas em prol do bem da empresa, por que não, mobilizá-las para um bem comum, que envolva empresas e sociedades?

Desse modo, nessas considerações, citar uma figura que pode ser conhecida pelos estudiosos do meio ambiente, a serpente (uróboro), se faz importante para conseguir demonstrar a importância da sustentabilidade na sobrevivência dos seres.

De acordo com a Revista Melhor (2007), esse animal, desde os tempos de bíblicos de Adão e Eva, desperta no ser humano medo e respeito, passa pela influência no poder político do antigo Egito, e até serve como estandarte para a ciência.

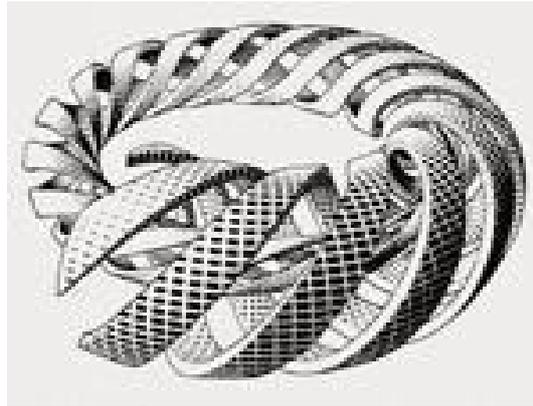


Figura 1 – URÓBORO Fonte: **Revistamelhor**, 10 jul. 2007.

E é justamente do antigo Egito que vem a símbolo do “uróboro”, uma serpente que come a própria cauda. Ao primeiro momento, ela causa espanto e dúvidas, mas essa figura tem um significado muito interessante. Simboliza o eterno recomeço da vida, a inteligência do ser em retirar para o seu próprio sustento apenas o necessário para sua existência e seu desenvolvimento, e para que possa crescer sem acabar com aquilo que a permite continuar viva.

Dentro dessa análise do símbolo, quando a serpente forma um círculo, faz com que existam dois mundos, um interno e outro externo. O primeiro representa o mundo que se vive diariamente, com coisas concretas, matéria, trabalho, saúde física; já no segundo, está tudo o que o ser humano tenta descobrir, desvendar, como a origem e o fim do ser. Estão os mistérios do infinito, enfim, está a sabedoria divina.

Sendo assim, o que aconteceria se o uróboro desfizesse o círculo? O ser humano entraria em contato com o infinito, para desvendar os mistérios ou seria exaurido pelo infinito, onde colocaria o fim aos seres?

Se o ser humano ainda não descobriu um modo de vida sustentável, o uróboro mostra

que já o descobriu, pois, se ele comer mais do que deve ou necessita, acabará por deixar de existir, ficará sem mundo interno e externo ao mesmo tempo. Mas, se de deixar de comer, não vai conseguir sobreviver, pois não conseguirá desenvolver e crescer, sendo assim deixa de existir.

Quando essa figura representa o segredo da sustentabilidade, mostra também a importância e a necessidade de absorver a energia do ambiente externo e transferi-la para o ambiente interno.

Se as empresas não tiverem visão em longo prazo, estabelecerem estratégias definidas em relação ao meio ambiente e à sustentabilidade, enxergarem que o crescimento não se baseia apenas no hoje e no capitalismo, não se derem conta que os recursos do planeta não são inesgotáveis, a raça humana e os outros seres estarão fadados a um triste fim. Obviamente organizações não deixarão de objetivar lucros, mas fazer com que consiga isso, de forma sustentável e de acordo com o bem-estar do planeta, é a missão que governantes, administradores e sociedade têm que cumprir.

REFERÊNCIAS

AMBRÓSIO, Mauro. **Os elos da sustentabilidade**. Disponível em: http://www.mbc.org.br/mbc/portal/index.php?option=com_mediacycenter&task=artigos_detalhes&Itemid=38&id=383. Acesso em: 21 ago. 2007.

BOTICÁRIO. **Sustentabilidade**. Disponível em: <http://www.grupoboticario.com.br/ptbr/sustentabilidade/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 10 jul. 2014.

GÊNESIS, cap. 2, vers. 15, **A Bíblia sagrada**. 2. ed. Barueri/SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 1969.

INTEGRAÇÃO. **Revista Integração**. jun. 2007. Disponível em: <http://claudiamaral.blogspot.com/2007/06/inovaes-no-planejamento-da.html>. Acesso em 28 jun. 2007.

ISTOÉdinheiro. **Revista**. nº. 526, 24 out. 2007. BITTENCOURT, Jorge. In: PRADO, João. **E do lixo se fez luz**. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoedinheiro-temp/edicoes/526/artigo64506->

Revista Hórus, v.10, n. 1, p. 1-12, 2015.

1.htm. Acesso em: 10 jul. 2014.

JUNQUEIRA, Cecília. **Responsabilidade Social e a Sustentabilidade**: influências e conseqüências. Disponível em: http://www.rhcentral.com.br/artigos/abre_artigo.asp?CÓD_Tema=1729. Acesso em: 16 out. 2007.

LUFT, Celso Pedro. **Minidicionário da língua portuguesa**. 1. ed. 5. impressão. São Paulo: Ática, 2000.

NATURA. **Política de meio ambiente**. Disponível em: <http://www2.natura.net/web/br/home/src/>. Acesso em: 17 ago. 2007.

PIRELLI CLUB. Revista. **Pirelli Club Ttruck**. Santo André/SP, n. 12, 11, 10, 9, ano III.

REVISTAMELHOR. **O que vem pela frente na gestão de pessoas**. Disponível em: <http://www.revistamelhor.uol.com.br>. Acesso em: 26 set. 2007.

_____. **O Uróboro e a vida**. Disponível em: <http://revistamelhor.uol.com.br/textos.asp?codigo=11978>. Acesso em: 10 jul. 2007b.

REVISTA CNT (Confederação Nacional dos Transportes). n. 144. Ano XIII. Edição especial. Disponível em: <http://www.cnt.org.br/Paginas/Revista-CNT-Transporte-Atual.aspx>. Acesso em: 26 set. 2007.

REVISTA CNT (Confederação Nacional dos Transportes). **Despoluir**. n. 144. Ano XIII. Edição especial. DESPOLUIR. Disponível em: http://issuu.com/transporteactual/docs/revista_cnt_144/3?e=2235293/10254369. Acesso em: 10 jul. 2014.