

# ***RESPONSABILIDADE SOCIAL E LIDERANÇAS : UMA ANÁLISE SOBRE SINERGIA DOS DISCURSOS EM GRANDES EMPRESAS BRASILEIRAS***

*Letícia Sousa da Cruz, Samuel de Freitas, Fernando Rosa Santos*  
Instituto Federal de São Paulo, São Paulo (SP), Brasil

## **INTRODUÇÃO**

O termo: “Responsabilidade Social” no ambiente empresarial inicialmente tem sua origem nos questionamentos da sociedade a respeito de qual seria o papel das empresas na vida das pessoas. É principalmente, a partir da Revolução Industrial, onde as empresas assumem um papel preponderante na vida em sociedade, do ponto de vista econômico, político e social, que essa discussão ganha força e, em conjunto com as temáticas e discussões ambientais, ela será ampliada com o passar do tempo.

No contexto da gestão empresarial, há uma corrente de pensamento considerada “conservadora” que defendem que as empresas teriam uma única responsabilidade: utilizar os recursos com vistas a maximizar os lucros para os acionistas. Essa é a visão defendida, desde a década de 70, pelo economista Milton Friedman, considerado o principal expoente desta corrente.

Nesse sentido, o principal paradigma da maximização dos lucros seria: beneficiar outros públicos com os recursos da empresa impactaria nos lucros e afetaria o desempenho da empresa de forma negativa.

Outra visão entende que: “cabe a empresa agir em favor do benefício público, pois essa cooperação e a interdependência social impactam positivamente os negócios”. Essa é a visão apresentada por Archie Carrol.

Nela, a empresa atua como um importante ator inserido em sociedade, se relacionando politicamente, social e economicamente de forma ativa.

Essas duas visões coexistem, cada uma com sua importância para a gestão empresarial.

Nos primórdios da Revolução Industrial, o cenário figurava entre o trabalho exaustivo, as condições ambientais insalubres e a falta de controle e responsabilidade sobre os impactos negativos gerados ao meio.

Nos anos de 1970, várias temáticas envolvendo este universo ganham importância no mundo, dentre elas, destacam-se: a discussão sobre mudanças climáticas, sustentabilidade, responsabilidade social, sob tudo impulsionada pelos debates envolvendo desenvolvimento econômico e meio ambiente.

No Brasil, é estabelecida a Política Nacional de Meio Ambiente - PNMA, instituída pela Lei nº 6.938/1981 visando: “a preservação, melhoria e recuperação da qualidade ambiental propícia à vida, visando assegurar, no País, condições ao desenvolvimento socioeconômico, aos interesses da segurança nacional e à proteção da dignidade da vida humana”.

A partir da PNMA, o licenciamento ambiental, um de seus instrumentos, passa a vigorar e a exigir de empreendimentos considerados de relevante impacto ambiental, efetivos ou potencialmente poluidores, a apresentação de estudo de impactos em formato de documento e que deve, entre outras coisas, levar em consideração os diferentes impactos nos aspectos: físicos, bióticos e socioeconômicos, nas diferentes fases do empreendimento, bem como considerar a redução e/ou mitigação, recuperação, monitoramento de seus efeitos negativos.

Deste modo, empreendimentos de grandes empresas, como as de concessão rodoviária, por exemplo, e que possuem uma ampla rede de stakeholders, constantemente são chamadas a vir a público mostrar seus feitos em relação ao que está sendo feito para o controle de impactos danosos ao meio ambiente e a sociedade, além de ações ligadas a responsabilidade social corporativa.

Pensando em empresas e sociedade, o termo: stakeholders assume uma importância fundamental. É na relação com seus stakeholders que as empresas percebem que estes geram poder, legitimidade e urgência, elas passam a balizar suas ações e gerenciar o capital reputacional das empresas.

No entanto, dar publicidade a ações de responsabilidade social e/ou licenciamento ambiental pode realmente elevar essa empresa ao status de empresa responsável?

Segundo a pirâmide de responsabilidade social desenvolvida por Carrol (1979), o atendimento a responsabilidade legal é uma das partes, mas não é a única e requer uma análise mais apurada a respeito da atuação destas empresas.

Segundo o Business for Social Responsibility Institute, o termo: Responsabilidade social empresarial refere-se à atuação no ambiente de negócios orientada para que atinja ou exceda as expectativas éticas, legais e comerciais do ambiente social no qual a empresa se insere. (Business for Social Responsibility Institute).

Em 1929, com a quebra da bolsa de Nova York no momento em que o capitalismo puro imperava, acabou por gerar questionamento das empresas sobre o que teria dado errado? Para, além disso, teria trazido a superfície a noção de que não era apenas a maximização dos lucros que importava na gestão empresarial.

Outro ponto importante para pensar a responsabilidade social está na Criação da Organização Internacional do Trabalho, em 1919 – OIT que acaba por gerar como principal movimento a necessidade de que as empresas, por pressões sociais dos trabalhadores, olhassem para si pensando qual em qual o seu papel na relação com a sociedade, definindo um padrão mundial para as relações de trabalho justas.

No campo dos Direitos humanos, nas décadas de 70 e 80, no campo das desigualdades entre negros, mulheres e outras minorias as discussões se fortalecem para que condições mais igualitárias sejam estabelecidas e faz com que as empresas tenham que se movimentar e promover ações neste sentido.

No campo ambiental, em relação às organizações ambientais, as pressões sobre as empresas aumentam, fazendo que os empresários se preocupem com a forma como o seu negócio se movimenta, com a forma como a empresa opera na área ambiental e social, fazendo com que as empresas assumam a responsabilidade ambiental dentro da sua operação.

Nesse contexto, com os avanços sobre políticas ambientais e legislação vigente, as empresas conseguem se enxergar conceitualmente como agentes e podem desempenhar seu papel de maneira mais delineada.

Com base em todo esse recorte, as empresas para serem consideradas responsáveis socialmente precisam olhar para a dimensão da sustentabilidade que se estabelece em 3 principais dimensões: econômica, social e ambiental. “É preciso que os negócios sejam feitos

levando-se em conta o equilíbrio entre os fatores ambientais, sociais e econômicos e os resultados das empresas precisam refletir esse equilíbrio”. (Elkington,1994).

## **OBJETIVO**

Verificar a aderência das ações realizadas pelas empresas observando os termos empregados, relacionando com os conceitos de responsabilidade social de cada uma, por meio dos discursos dos líderes descritos nos relatórios anuais.

## **METODOLOGIA**

Serão realizadas análises dos relatórios anuais do exercício de 2021 das seguintes empresas: Natura, Vale do Rio Doce e Petrobrás, compreendendo alguns dos principais valores defendidos por cada uma e presentes nos discursos de suas lideranças.

As principais palavras e/ou termos empregados serão agrupados e dispostos em tabelas e seus resultados, discutidos com vistas a entender quais as principais ideias defendidas por estes.

## **RESULTADOS ESPERADOS**

Espera-se encontrar nos discurso defendido pelas lideranças tanto da Natura & CO, quanto da Vale do Rio Doce e também da Petrobrás uma simbiose, contendo boas ações voltadas para os pilares da sustentabilidade e responsabilidade social e configurados num case interessante, podendo ser seguido por outras empresas em algumas práticas, mesmo que as atividades fim sejam diferentes, mas as boas práticas devem ser disseminadas.

Entretanto, se acompanharmos a cronologia dos acontecimentos verificamos que cada empresa passa por um momento específico, o que pode significar situações muito distintas a serem verificadas em seus respectivos relatórios.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BBC Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-48388022>>. Acesso em: 25 junho. 2022.

BRASIL, **Lei nº 6938 de 1981**. Dispõe sobre a Política Nacional de Meio Ambiente. 1998.

BRASIL, **Constituição Federal do Brasil**: estabelece os princípios da Política Nacional de Meio Ambiente. 1998.

CARROLL, A. Three Dimensional conceptual model f corporate performance. *Academy of Management Review*, v. 4, p. 497-505, 1979.

M. BOSE. Consultoria em Responsabilidade Social Empresarial e Bem-estar Organizacional. Fonte: <https://salavirtual.pucrs.br/curso/direitos-humanos/responsabilidade-social-cidadania-global/conteudo?item=43611>, acesso em: 15/02/2022.

FARIAS, J. A. Barreiros, N. **Análise da Adoção da ASG (Ambiente, Social e Governança) no mercado brasileiro e internacional**. Artigo – São Paulo, 2022.

LOPES, J. **A licença social para operar na atividade mineradora no Brasil: o caso Samarco e a gestão de riscos ampliados**. 2017. 112p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro Universitário da FEI, 2017.

MILANEZ, B. et al. **Antes fosse mais leve a carga: avaliação dos aspectos econômicos, políticos e sociais do desastre da Samarco/Vale/BHP em Mariana (MG)**. [S. l.: s. n.], 2015. Mimeo. Disponível em: <Disponível em: <http://www.ufjf.br/poemas/files/2014/07/PoEMAS-2015-Antes-fose-mais-leve-a-carga-vers%C3%A3o-final.pdf> >. Acesso em: 25 junho. 2022.

NATURA. Relatório Integrado Natura América Latina 2021

PETROBRAS - Relatório de Sustentabilidade, 2021.

PETROBRAS. Quem somos: perfil. Disponível em: <<https://petrobras.com.br/pt/quem-somos/perfil/>>. Acesso em 27 jun. 2022.

PETROBRAS – Impactos Sócio Ambientais, 2021. Disponível em: <<http://www.vale.com/esg/pt/Paginas/NossaEstrategiaCompromissos.aspx> >. Acesso em: 25 junho. 2022.

PETROBRAS – Relatório de Sustentabilidade, 2021. Disponível em: <<https://sustentabilidade.petrobras.com.br/w/2021-impactos-socioecon%C3%B4micos#investimentos-socioambientais-e-em-patrocnios-e-outras-contribui-es-sociedade> >. Acesso em: 25 junho. 2022.

VALE – Brumadinho. Disponível em: <<http://www.vale.com/esg/pt/Paginas/Brumadinho.aspx>>. Acesso em: 25 junho. 2022.

VALE – Relatório de Sustentabilidade, 2021.