

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.