

1

Introdução

1.1.

Contextualização e problema de pesquisa

Pode-se afirmar que, a partir dos anos 2000, o movimento em prol da divulgação de dados e informações sobre as ações socioambientais das empresas, iniciado nos anos 1960, adquiriu força como resultado de pressões sociais cada vez mais significativas que passaram a exigir maior transparência em relação às atuações das organizações.

Segundo Lardelel (2002), representante do UNEP – United Nations Environment Program, a Declaração de Joanesburgo, que pediu a cooperação do setor privado na transparência e prestação de contas das empresas, reforçou essa tendência indicando uma nova demanda pela divulgação de informações corporativas que, de alguma forma, impactam na sociedade. No Prefácio da publicação “*Trust US – The Global Reporters 2002 Survey of Corporate Sustainability Reporting*” Lardelel (2002) levanta aspectos relevantes sobre os motivos que impulsionaram tal movimento e indica que “a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (CMDS), em Joanesburgo, confirmou a necessidade de engajar as empresas como parte da solução para os desafios do desenvolvimento sustentável que enfrentamos no mundo”. Nessa mesma fala, a autora afirma que as constantes notícias sobre os escândalos corporativos que ocorreram nos últimos anos motivaram o debate sobre temas como responsabilidade social corporativa, sustentabilidade e a necessidade das empresas prestarem contas de suas ações (LARDELEL, 2002).

No entanto, a mudança de comportamento da sociedade em relação às empresas começou na década de 1960 nos Estados Unidos com os boicotes realizados pela sociedade civil, como resposta às corporações que financiavam a guerra do Vietnã (TINOCO, 1984 *apud* LANA *et al.*, 2011). Segundo Terreo (2012), representante do Global Report Initiative (GRI) no Brasil, a discussão foi iniciada por ativistas ambientais que também atuavam na área financeira, quando

estes profissionais identificaram que a análise dos dados financeiros isoladamente não era mais suficiente. Esta reflexão se deu em função de acontecimentos como os acidentes com as empresas petrolíferas que mancharam a reputação de grandes organizações e levaram à queda dos seus resultados financeiros.

Diante desse novo cenário, os ativistas começaram a buscar novas formas de introduzir a questão da sustentabilidade em seus investimentos. O objetivo da inserção dos aspectos que tocam a sustentabilidade era realizar uma análise mais completa que fosse além dos resultados econômicos e que passasse a olhar também para questões ambientais e sociais, tendo, como consequência, uma visão mais complexa sobre os impactos e resultados das empresas.

Em seguida, já na década de 1970, alguns países europeus passaram a divulgar, espontaneamente, informações sobre os impactos sociais. Após pouco mais de uma década, já nos anos 1980, Herbert de Souza, o sociólogo Betinho, iniciou um movimento que estimulou a discussão, no Brasil, com representantes de empresas públicas e privadas sobre relatórios corporativos com enfoque social, destacando a importância da transparência nas ações das grandes corporações. Nesse período, já se notava o número de organizações sem fins lucrativos (ONGs) que surgiam e questionavam as atitudes e decisões das instituições privadas que impactavam no meio ambiente e na qualidade de vida da sociedade (BELLEN, 2005).

Em função dessa demanda, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) – instituição sem fins lucrativos, fundada em 1981, para promover o debate sobre temas como Políticas Públicas, Globalização, Democracia, Economia Solidária e Responsabilidade Social, iniciou um movimento, como parte de suas ações, criando uma proposta de relatório com características simples e diretas, no formato de uma tabela que reúne dados sociais e econômicos mensurados por meio de indicadores. Começou assim, junto com outras organizações sem fins lucrativos, a disseminar a importância da transparência nas ações das empresas, além de cobrar que as grandes corporações prestassem contas das suas atividades, relatando os impactos causados ao meio ambiente e na sociedade de uma forma geral (IBASE, 2013).

As pressões e a disseminação destas novas práticas de gestão estimularam os gestores a repensarem a postura sigilosa que adotavam, primando pela confidencialidade das informações. Se anteriormente havia a preocupação apenas com a prestação de contas financeiras (Balanço Financeiro) cobrada pelos seus acionistas, agora seus outros *stakeholders* (ou partes interessadas, tais como colaboradores, fornecedores, clientes, ONGs, as comunidades do entorno, a imprensa e a sociedade como um todo) começavam a exigir transparência nas ações e responsabilidade em relação aos impactos causados.

Paralelamente, com a abertura econômica e a globalização, empresas estrangeiras chegavam ao Brasil para competir no mercado nacional mostrando uma nova cultura organizacional que buscava a sustentabilidade, utilizando estratégias de marketing e comunicação que associavam, ainda que sutilmente, suas imagens às questões sociais. De acordo com Torres (2003), a partir desse momento, em que começa a existir uma pressão mais intensa por ações responsáveis das empresas em relação à sociedade e ao meio ambiente, os relatórios de sustentabilidade passaram a fazer parte da realidade de algumas corporações, principalmente empresas de exploração de petróleo, gás e minério que vinham sendo alvos de sanções de órgãos públicos fiscalizadores e de constantes críticas das ONGs criadas após a ECO 92 - conferência realizada no Rio de Janeiro com objetivo de discutir os danos causados ao meio ambiente ao longo dos anos e que consagrou o conceito Desenvolvimento Sustentável.

Como desdobramento do cenário apontado anteriormente, as empresas começam a identificar estes Relatórios – agora não mais totalmente confidenciais – como peças estratégicas de gestão da comunicação organizacional para construção de uma imagem corporativa positiva (SIQUEIRA *et al.*, 2011). Porém, a percepção que o mercado apresenta sobre a comunicação ainda parece ser restritiva e se foca, principalmente, na Comunicação Corporativa, que está vinculada ao olhar da comunicação como ferramenta destacada da estratégia da organização. Nesse caso, a comunicação deixa de ser tratada como parte constituinte da formação organizacional para se resumir apenas a um conjunto de formas de troca de informações burocráticas (intranet, mural, correspondências etc.).

Assim, a comunicação organizacional passa a ser entendida como parte da constituição da organização em si, pois é por meio da formação do discurso que a empresa retrata suas características e expõe seus objetivos (CASALI, 2005). E é neste sentido que a construção dos Relatórios de Sustentabilidade passa a fazer parte desse novo contexto, a partir do momento que seu conteúdo passa a ser analisado, e até mesmo questionado pelo público externo que se percebe, de algum modo, retratado ao verificar a existência de temas sociais e ambientais que impactam nas suas vidas.

Segundo a pesquisa Rumos da Credibilidade: Uma pesquisa de relatórios de sustentabilidade no Brasil, publicada em 2008 pelo Programa *Global Reporters*, nos últimos anos, cresceu significativamente o número de empresas que investem na produção de Relatórios de Sustentabilidade, sendo que no Brasil a quantidade de empresas que publicam relatórios vem aumentando com uma velocidade superior aos países europeus.

Outra pesquisa que confirma o potencial do Brasil como país que está acompanhado a tendência da prestação de contas por meio dos relatórios é a Pesquisa Internacional da KPMG sobre Relatórios de Responsabilidade Corporativa 2013, realizada pela empresa de auditoria KPMG entre os anos de 2011 e 2013, que apontou o Brasil como o país do BRIC que conta com o maior número de empresas que publicam relatório de sustentabilidade. De acordo com essa mesma pesquisa, cerca de 78% das 100 empresas brasileiras pesquisadas emitem o documento.

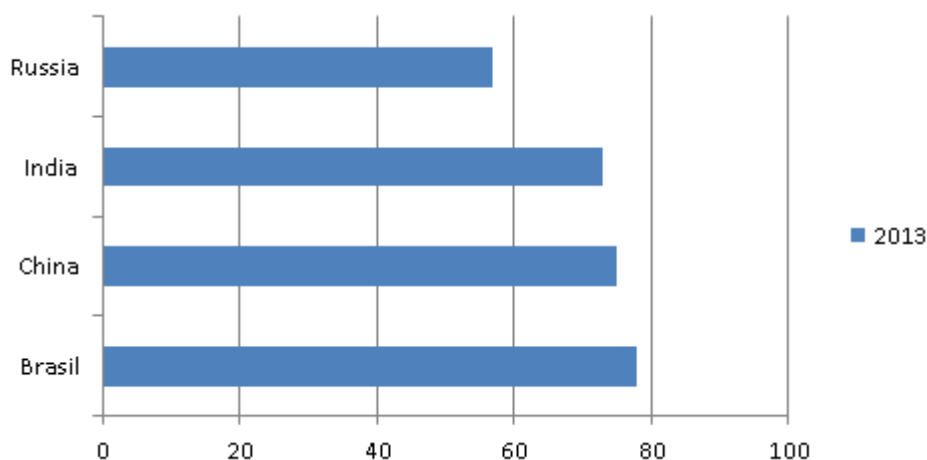


Figura 1: Gráfico do percentual de empresas do BRIC que publicam relatórios de Responsabilidade Corporativa da KPMG.

Fonte: Pesquisa Internacional da KPMG sobre Relatórios de Responsabilidade Corporativa 2013.

A pesquisa destaca ainda que 78% das empresas do mundo inteiro que publicam esses relatórios se baseiam nas diretrizes estabelecidas pelo Global Reporting Initiative (GRI) para a publicação de relatórios, o que representa um aumento de 9 pontos percentuais em relação à pesquisa de 2011. Na Coreia do Sul, na África do Sul, em Portugal, no Chile, no Brasil e na Suécia, este percentual chega a 90%. Além disso, a pesquisa informa que a região das Américas ultrapassou a Europa como a região líder em publicação de relatórios de responsabilidade corporativa, em função do aumento significativo observado na América Latina.

No entanto, apesar deste crescimento, ainda existem alguns pontos que são alvos de críticas por parte dos pesquisadores e consumidores e há dúvidas sobre a transparência e veracidade do conteúdo publicado (SIQUEIRA *et al*, 2011). Além disso, existe ainda a questão do possível desalinhamento entre o discurso divulgado nestes documentos e a prática real destas empresas que vem sendo cada vez mais analisado por ONGs e, de forma pontual e informal, por consumidores e pelos veículos de comunicação.

Neste contexto - onde é crescente o número de empresas que publicam suas ações sociais e ambientais e, paralelamente, emergem críticas e desconfianças dos consumidores e pesquisadores - a inclusão do conceito de sustentabilidade na lógica empresarial desdobra-se em outra discussão importante: como conciliar a busca pelo lucro, característica central das organizações com fins lucrativos, com o papel de ente responsável pelo desenvolvimento econômico, social e ambiental de onde está inserido?

Logo no início desse movimento, alguns autores se colocaram contra essa responsabilização das empresas além do lucro, como o economista Milton Friedman que, em seu artigo publicado na revista *The New York Times Magazine* em 1970, afirmou que a responsabilidade social de uma empresa é ampliar o seu lucro. De acordo com ele, a empresa deve ser considerada como um instrumento dos acionistas e quando ela opta por fazer uma doação acaba impedindo que o acionista decida como deseja empregar seus investimentos (FRIEDMAN, 1970).

Por outro lado, alguns outros autores mais contemporâneos, como Haugh e Talwar (2010), afirmam que os recursos e o poder das corporações, especialmente multinacionais, lhes oferecem o potencial de contribuir de forma efetiva para o desenvolvimento. E complementam indicando que as pessoas esperam cada vez mais que as empresas compreendam seus impactos na sociedade e no meio ambiente para realização de seus negócios (HAUGH; TALWAR, 2010).

Com base no que já foi apresentado, a presente pesquisa assume que esta dicotomia pode ser entendida e analisada a luz da proposta teórica de Guerreiro Ramos (1981) de contraposição entre racionalidade instrumental e racionalidade substantiva. Guerreiro Ramos, um dos pioneiros desses estudos, promoveu uma discussão crítica que indaga até que ponto a ciência social moderna seria capaz de responder sobre as novas tendências das relações do homem com o mercado. Segundo o autor, essa ciência possui pressupostos de caráter precário, pois determinaria um olhar que define o ser humano exclusivamente como uma criatura com capacidade para realizar o “cálculo utilitário de consequências” e o mercado como um modelo “de acordo com o qual a vida deveria ser organizada” (RAMOS, 1981).

Sendo assim, o autor propõe um novo olhar: a idéia da existência de uma razão substantiva que atenderia a uma visão mais ampla, que transcenderia a atual relação limitada e estreita que se apresenta entre cálculo e razão, característica da racionalidade instrumental. Com base nessa nova visão que ressalta a importância do olhar mais abrangente sobre as relações organizacionais e sociais e da análise das racionalidades instrumental e substantiva, alguns pesquisadores brasileiros empreenderam esforços para compreender como essas duas racionalidades existem (ou co-existem) em diferentes contextos, com destaque para Mauricio Serva, que criou uma metodologia para identificação de características mais comuns em cada uma das duas racionalidades (SERVA, 1997).

Serva (1993) também pesquisou sobre o que ele denominou de fenômeno das organizações substantivas, também conhecidas como coletivistas ou alternativas, indicando que as teorias e fundamentações disseminadas naquele período não eram suficientes para explicar as instituições que atuavam na racionalidade substantiva e que estas apresentam aspectos emergentes que nos fazem pensar sobre novos modelos de gestão.

Ainda no caso do Brasil, outros pesquisadores, mais recentemente, analisaram não apenas as diferenças destacadas por Serva (1997), mas também as relações que associam questões sobre a ética e responsabilidade das organizações com o ambiente no qual estão inseridas. Nesse contexto, alguns autores (CARVALHO, MEDEIROS, 2013; BORGES, TACHIBANA, 2007) se dedicaram à análise da associação dos discursos sobre a sustentabilidade e a responsabilidade social corporativa e a racionalidade substantiva ou, no sentido oposto, como esses temas, sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, podem ser incorporados apenas no discurso organizacional como forma de atender a uma pressão de mercado seguindo, basicamente, a racionalidade instrumental.

Diante deste quadro que ora parece indicar para uma mudança na conduta das empresas, ora suscita a desconfiança dos stakeholders, principais leitores dos relatórios, a pergunta que norteou a presente pesquisa foi: **Qual seria a racionalidade subjacente predominante nos Relatórios de Sustentabilidade que estão sendo utilizados e comunicados pelas empresas no Brasil?**

O pressuposto assumido neste trabalho – ou seja, uma primeira tentativa de resposta - é o de que esta racionalidade fosse predominantemente instrumental e que seus respectivos relatórios de sustentabilidade estejam sendo utilizados como estratégia de comunicação organizacional favorecendo a construção de uma reputação corporativa favorável ao negócio.

1.2. Objetivos

O objetivo principal deste estudo foi entender qual seria a racionalidade subjacente predominante nos discursos atuais das organizações sobre a sustentabilidade, usando os Relatórios de Sustentabilidade das empresas como a

principal fonte de análise. Para o alcance deste objetivo principal, foram estabelecidos os seguintes objetivos intermediários:

- Realizar uma revisão teórica sobre os conceitos de Sustentabilidade e de Responsabilidade Social Corporativa.
- Realizar um retrospecto histórico do surgimento e da importância estratégica dos balanços sociais e relatórios de sustentabilidade das empresas no Brasil;
- Realizar uma revisão teórica sobre os conceitos de Comunicação Organizacional.
- Realizar uma revisão teórica sobre os conceitos de Racionalidade Instrumental e Racionalidade Substantiva.
- Identificar e analisar desde que ano e como as empresas selecionadas para pesquisa comunicam suas ações em seus relatórios de sustentabilidade.
- Identificar e analisar qual racionalidade predomina nos Relatórios de Sustentabilidade selecionados: a racionalidade instrumental ou a racionalidade substantiva.

1.3. Relevância do estudo

Essa pesquisa é relevante em diversos sentidos, pois poderá contribuir para que as empresas reflitam sobre seu atual modelo de gestão e possam ter um olhar mais cuidadoso em relação a necessidade da presença da racionalidade substantiva para revisão de suas estratégias organizacionais, visando atender às novas demandas sociais e de mercado que influenciam diretamente a sua atuação.

A predominância da racionalidade instrumental, muito comum nas organizações contemporâneas, pode apontar para um caminho em desacordo com as novas tendências de mercado que buscam, cada vez mais, ampliar a visão do negócio com o conceito de desenvolvimento sustentável. Portanto, a inclusão da racionalidade substantiva, como forma complementar de atuação, vem para reforçar a necessidade das organizações agirem de forma responsável com todos os stakeholders envolvidos, não apenas acionistas, mas também fornecedores, clientes, governo e a sociedade em geral.

Nesse sentido, os relatórios de sustentabilidade devem ser vistos como instrumentos estratégicos que podem demonstrar a presença da racionalidade substantiva ao apresentar o equilíbrio entre os resultados financeiros (lucro) e aos demais aspectos sociais e ambientais. Tal equilíbrio pode ser apresentado nos relatórios por meio dos resultados dos indicadores (não apenas econômicos/financeiros) e relatos dos públicos diretamente ou indiretamente envolvidos no negócio. Dessa forma, tais publicações deixariam de ser vistas como mera peça de publicidade institucional para serem reconhecidas como um instrumento de avaliação estratégica do negócio.

Como consequência dessa reflexão das organizações, espera-se também que esse trabalho contribua para que a relação entre as empresas e seus profissionais e com a sociedade como um todo se torne mais próxima, saudável e justa.

1.4. Delimitações do estudo

O estudo se limitou a um período de tempo específico, pois utilizou apenas Relatórios de Sustentabilidade do ano de 2012, ou seja, as publicações mais recentes das empresas selecionadas. Além disso, a pesquisa se deteve a olhar apenas para uma empresa de cada segmento, sem ter o objetivo de traçar um perfil comum para o restante das empresas destes segmentos.

No que se refere ao universo pesquisado, no presente estudo foram selecionadas empresas de quatro setores diferentes que fazem parte de uma lista restrita do ISE Bovespa, mas não podemos afirmar que estas são as quatro mais representativas dessa listagem ou que as mesmas representam todas as demais empresas do seu setor. Sendo assim, cabe observar que, dado que o universo aqui estudado é representado por um grupo de quatro empresas selecionadas em função da sua presença no ISE nos últimos três anos, as inferências tomadas devem ser tratadas com certas restrições.

O conteúdo analisado se restringiu ao material apresentado nos relatórios de sustentabilidade e nos sites das organizações escolhidas para o estudo, além de matérias de jornais e revistas digitais e informações publicadas em sites de reclamações dos consumidores. Dessa forma, foram desconsiderados fatos ou declarações que não estivessem presentes nessas fontes de informação.

A análise do conteúdo pesquisado esteve sempre focada na observação do equilíbrio das dimensões social, ambiental e econômica, no atendimento às questões legais e seus desdobramentos para organização, na coerência entre o discurso presente nos relatórios e as ações descritas no documento ou informadas por outras fontes e nas questões pertinentes aos stakeholders. Na análise de cada um desses temas, foi possível identificar a predominância da racionalidade instrumental ou substantiva nos discursos analisados, objetivo central desta pesquisa.

Cabe ressaltar que, embora o estudo longitudinal possa trazer outros elementos comparativos, como, por exemplo, a evolução dos relatórios de uma mesma empresa com o passar dos anos, o presente trabalho selecionou apenas o período de 2012, ano comum a todos os relatórios analisados e a todas as reportagens utilizadas como fontes de informação sobre as organizações, por entender que esse recorte viabilizaria um aprofundamento da pesquisa em relação ao conteúdo analisado.

1.5. Estrutura da dissertação

A estrutura da dissertação está organizada em capítulos que – após esta introdução - destacam inicialmente as referências teóricas que sustentam a análise e a compreensão das dimensões dos Relatórios de Sustentabilidade, foco desse estudo. A primeira parte do capítulo do referencial teórico fala sobre os conceitos de Responsabilidade Social e Sustentabilidade, indicando interpretações de alguns autores que são referências para os temas; em seguida apresenta em que contexto tais conceitos foram pensados e quais marcos históricos foram fundamentais para consolidá-los.

Na segunda parte são apresentadas as questões que levaram as empresas a publicarem seus dados e informações socioambientais em Relatórios de Sustentabilidade, além de discutir as motivações das organizações com essa ação, as principais características desse tipo de documento e as críticas em relação à transparência no relato.

Na terceira parte é destacada a questão do papel da comunicação organizacional como estratégia de gestão, trazendo a reflexão sobre como os relatórios podem ser tratados, dentro de um contexto mais amplo da comunicação, como ferramenta que colabora para realização de estratégias das empresas reforçando sua identidade, quando tratados como peças fundamentais para a relação com os diversos públicos de interesse da organização. Nessa parte a comunicação também aparece como parte da estratégia das empresas para a construção e manutenção da sua reputação corporativa.

Na quarta parte, os conceitos de Racionalidade Instrumental e Racionalidade Substantiva são ressaltados, junto à descrição dos principais elementos de cada uma dessas racionalidades, indicando as diferenças que podem ser encontradas nas organizações.

Em seguida, no Capítulo 3, são apresentados a metodologia adotada com o tipo de pesquisa escolhido, o papel do pesquisador nesse trabalho, a descrição de critérios de seleção dos documentos analisados e os procedimentos de coleta, registro e análise dos dados e informações, destacando as categorias de análise e seu processo de construção, além dos limites da pesquisa.

No Capítulo 4 são apresentados pequenos resumos das quatro empresas analisadas, junto à análise de seus Relatórios de Sustentabilidade de 2012, de acordo com as categorias utilizadas como base para a pesquisa.

Por fim, no Capítulo 5, é apresentada a conclusão das análises com propostas de desdobramentos para as organizações e com indicações de novas pesquisas que podem contribuir para o aprofundamento dos temas trabalhados nesta dissertação.