

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
RELAÇÕES PÚBLICAS

Guilherme Rolin dos Santos

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ASG:
enfoques acionados pela Braskem a partir de pilares ambientais, sociais e de
governança corporativa

Porto Alegre
2023

Guilherme Rolin dos Santos

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ASG:
enfoques acionados pela Braskem a partir de pilares ambientais, sociais e
governança corporativa

Trabalho de Conclusão do Curso de Relações Públicas, a ser apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito final para a obtenção do grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Diego Wander da Silva

Porto Alegre
2023

GUILHERME ROLIN DOS SANTOS

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ASG:

enfoques acionados pela Braskem a partir de pilares ambientais, sociais e de governança corporativa

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel” e aprovado em sua forma final pelo Curso de Relação Públicas, obtendo conceito **A**.

Porto Alegre, 28 de agosto de 2023.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Diego Wander da Silva, Dr.

Orientador

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof.^a Denise Avancini Alves, Dra.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof. Fabiane Sgorla, Dra.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, devo agradecer aos meus pais que, embora não tenham participado da minha vida acadêmica, nunca deixaram faltar nada para que eu realizasse os meus sonhos. Finalizo este trabalho longe do abraço deles, mas grato por poder retribuir com orgulho todo o incentivo que me proporcionaram. Obrigado, pai. Obrigado, mãe. A liberdade que vocês me deram, hoje me fez alçar um voo que há muito tempo eu almejava.

Preciso dedicar este trabalho aos meus amigos que, mais do que ninguém, ouviram sobre as dificuldades que tive para trilhar esse caminho. Cada palavra de incentivo, me ajudou a acender a luz que já estava quase se apagando. Foi difícil, eu reclamei bastante e, por isso, este trabalho também é para vocês.

Dedico às minhas amigas de infância Brenda, Nádia e Quéren que me inspiram e me enchem de orgulho por me permitirem fazer parte de um pedaço da vida delas. Dedico aos meus amigos da /13, que desbravaram os primeiros passos na faculdade comigo, criando memórias e laços tão marcantes que duram até hoje.

Dedico este trabalho ao meu grupo de amigos vencedores Bruno, Mariana e Renata. A faculdade não seria a mesma sem eles e o profissional que me tornei leva um pouco de cada um. Que sorte a minha ter encontrado vocês! Dedico aos amigos que foram meus mestres nessa jornada. Obrigado Ana, Denise e Diego por não desistirem de mim quando fraquejei e por acreditarem no meu potencial.

Este trabalho também é para os meus amigos de todos os dias, que me ajudaram a tornar mais leve a jornada de escrever este texto. Obrigado Carol, Silvia, Estefani, Matheus, Beatriz, Sol, Laís e Daiane. A paciência de vocês e as palavras de incentivo contribuíram para este resultado. Este trabalho também é para o Gustavo, que chegou e logo se tornou uma pessoa especial na minha vida com o poder de me fazer esquecer os problemas quando está por perto.

Feliz por realizar o sonho de me formar no curso que amei e na faculdade em que fui feliz. Só agradecer.

RESUMO

A monografia tem como tema as interfaces entre comunicação organizacional e a perspectiva ASG, descrita a partir dos pilares ambiental, social e de governança corporativa. De modo específico, envolve estratégias comunicacionais empregadas pela Braskem, empresa do setor petroquímico, para socialização e visibilidade de resultados em ASG. O objetivo geral é analisar os enfoques e conteúdos acionados pela Braskem na comunicação de desafios e resultados em ASG. Enquanto objetivos específicos, almeja-se apresentar a evolução do tema ASG, bem como os pilares que o compõem e algumas de suas principais nuances e conformações; refletir sobre interfaces possíveis entre comunicação organizacional e a perspectiva ASG; e discutir práticas de comunicação da Braskem no que se refere ao ASG. A pesquisa, de caráter exploratório, é desenvolvida por meio das técnicas bibliográfica e documental. No que se refere à dimensão empírica, o *corpus* da pesquisa é constituído por 151 trechos retirados do *Relatório Integrado da Braskem* de 2022, que foram analisados conforme a técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2016). É possível verificar que os pilares possuem tratamentos diferentes e a materialidade não é equânime. Nesse sentido, os pilares Social e Ambiental preponderam em relação ao volume de menções e o pilar Governança é o que apresenta mais iniciativas implementadas.

Palavras-chave: ASG; comunicação organizacional; comunicação estratégica; sustentabilidade; responsabilidade social.

ABSTRACT

The monograph focuses on the interfaces between organizational communication and the ESG perspective, described through the environmental, social, and corporate governance pillars. Specifically, it involves communication strategies employed by Braskem, a company in the petrochemical sector, for the socialization and visibility of ESG results. The general objective is to analyze the approaches and content used by Braskem in communicating ESG challenges and results. As specific objectives, it aims to present the evolution of the ESG theme, as well as the pillars that compose it and some of its main nuances and configurations; reflect on possible interfaces between organizational communication and the ESG perspective; and discuss Braskem's communication practices regarding ESG. The exploratory research is conducted through bibliographic and documentary techniques. In terms of empirical dimension, the research corpus consists of 151 excerpts taken from Braskem's 2022 Integrated Report, which were analyzed using the Content Analysis technique (Bardin, 2016). It is possible to observe that the pillars receive different treatments and materiality is not equitable. In this sense, the Social and Environmental pillars have a greater prominence in terms of the volume of mentions, while the Governance pillar is the one with the highest number of implemented initiatives.

Keywords: ESG; Organizational communication; Strategic communication; Sustainability; Social responsibility.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Análise quantitativa dos trechos coletados

51

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Esquema Triple Bottom Line	16
Figura 2 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	18
Figura 3 - Buscas sobre o termo “ESG” entre 2020 e 2022 no Google	30
Figura 4 - Interface do site da Braskem	47
Figura 5 - Sumário do Relatório Integrado de 2022 da Braskem	48
Figura 6 - Matriz de materialidade da Braskem	49
Quadro 1 - Linha do tempo e história do ASG	18
Quadro 2 - As 3 dimensões da Organização Comunicacional	36
Quadro 3 - As dimensões da Comunicação Integrada	37
Quadro 4 - Os requisitos da Comunicação Estratégica	39
Quadro 5 - Categorização dos trechos do relatório correspondentes ao pilar Ambiental	52
Quadro 6 - Categorização dos trechos do relatório correspondentes ao pilar Social	59
Quadro 7 - Categorização dos trechos do relatório correspondentes ao pilar Governança	64

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 PARA COMPREENDER A PERSPECTIVA ASG	14
2.1 PREOCUPAÇÕES E MOVIMENTOS ADERENTES AO ASG: MARCOS HISTÓRICOS IMPORTANTES	14
2.2 PILARES E INDICADORES	21
2.2.1 O pilar A (ambiental, em inglês, <i>environmental</i>)	22
2.2.2 O pilar S (social, em inglês, <i>social</i>)	23
2.2.3 O pilar G (governança, em inglês, <i>governance</i>)	24
2.2.4 Índices ASG	25
2.3 CENÁRIO ASG: CONTEXTO MUNDIAL E BRASILEIRO	29
3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ASG	34
3.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL	34
3.2 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA	38
3.3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E A GERAÇÃO DE VALOR A PARTIR DA VISIBILIDADE DAS PRÁTICAS ASG	40
4 OLHARES SOBRE A COMUNICAÇÃO DAS PRÁTICAS ASG DA BRASKEM/SA	43
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
4.2 CONHECENDO A HISTÓRIA DA BRASKEM	45
4.2.1 O Relatório Integrado de 2022	47
4.3 ANÁLISE E APRENDIZADOS	50
4.3.1 Categorias do pilar ambiental	52
4.3.2 Categorias do pilar social	59
4.3.3 Categorias do pilar governança	64
5 CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA	70
6 REFERÊNCIAS	74
APÊNDICE A — TABELA COM A DESCRIÇÃO ANALÍTICA DO RELATÓRIO INTEGRADO DA BRASKEM DE 2022	85

1 INTRODUÇÃO

É possível perceber que a preocupação com questões ambientais, sociais e de governança (ASG) vem ganhando destaque ao longo dos anos. Cada vez mais, empresas e organizações¹ têm percebido a importância de assumir uma postura responsável e transparente para enfrentar os desafios e cobranças a que são impostas, seja por regulamentações ou por expectativas da sociedade.

Nesse contexto, torna-se importante adotar práticas responsáveis e saber socializá-las aos públicos de interesse. Comunicar estrategicamente as iniciativas relacionadas à perspectiva ASG, de forma coerente e eficaz, pode trazer benefícios à reputação e auxiliar na percepção que empregados, investidores, clientes, fornecedores ou até mesmo a comunidade local têm em relação à empresa. Por isso, pensar nas relações possíveis entre comunicação organizacional e ASG torna-se um caminho promissor para compreender como as empresas atuam para engajar de maneira significativa seus públicos no tema, impactando-os por meio de narrativas autênticas.

Parte-se do princípio que a comunicação organizacional contribui para a construção da identidade empresarial (Bueno, 2017). Dessa forma, é inerente a relação entre a prática comunicacional como estratégia com potência para incidir na percepção que se tem de uma empresa. A Braskem é uma multinacional brasileira do setor petroquímico e já foi reconhecida nacional e internacionalmente por seus esforços para buscar a sustentabilidade, manter a responsabilidade social e garantir a governança através da ética e da conformidade.

Presente ao redor do mundo com 41 unidades industriais, no Brasil está instalada nos estados de Alagoas, Bahia, São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Foca sua produção na fabricação de resinas termoplásticas como polietileno — PE, polipropileno — PP e policloreto de vinila — PVC, além de insumos químicos básicos, como eteno, propeno, butadieno, cloro, soda e solventes.

A Braskem é a maior produtora de resinas termoplásticas das Américas e possui uma estratégia de crescimento bem fundamentada em pilares de inovação e

¹ Empresa e organização são termos utilizados como sinônimo neste trabalho, ainda que existam diferenças conceituais. Ao tratar de ASG, o tema dirige-se sobretudo às organizações privadas (empresas), conforme é demonstrado ao longo do trabalho.

desenvolvimento sustentável, além de ter forte atuação nas comunidades em que está inserida por meio de ações de desenvolvimento local. Somado a isso, tem em vista inovar através do desenvolvimento de produtos com menor impacto ambiental e promove uma forte cultura de governança e compliance entre seus colaboradores.

Baldissera (2009) discorre sobre o conceito de “*organização comunicada*” como àquilo que a organização seleciona de sua identidade para dar visibilidade, legitimidade e capital simbólico. Nesse sentido, observou-se que as ações desenvolvidas pela Braskem são reportadas via Relatório Integrado — RI publicado anualmente. O RI da Braskem segue padrões e normas reconhecidos internacionalmente para a divulgação de resultados no âmbito financeiro e ASG e dessa forma, serviu como fonte de dados para essa pesquisa.

O problema de pesquisa que move a investigação é: quais acionamentos são utilizados pela Braskem na comunicação de desafios e resultados relacionados à perspectiva ASG? Em resposta, o objetivo geral é analisar os enfoques e conteúdos acionados pela Braskem na comunicação de desafios e resultados em ASG. E os objetivos específicos são três: a) apresentar a evolução do tema ASG, bem como os pilares que o compõem e algumas de suas principais nuances e conformações; b) refletir sobre interfaces possíveis entre comunicação organizacional e a perspectiva ASG; e, c) discutir práticas de comunicação da Braskem no que se refere ao ASG.

Entende-se a perspectiva ASG como multidisciplinar, sendo mais fácil localizar estudos e fontes de pesquisa nas áreas de economia e administração. No entanto, percebe-se a relevância desta pesquisa ao buscar trazer luz para a importância da área de comunicação sobre o tema. Afinal, o campo da comunicação organizacional tem contribuição fundamental para a construção de uma reputação sólida, para o engajamento de públicos de interesse e para a gestão de riscos e oportunidades.

A multidisciplinaridade também me² acompanhou durante toda a trajetória universitária. Em 2013, em minha primeira iniciativa de graduação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), no curso de Engenharia Ambiental, tive acesa em mim a luz para a importância do cuidado com o meio ambiente. Durante três anos no curso tive contato com empresas ecologicamente responsáveis,

² Aqui, permite-se falar na primeira pessoa do singular, a fim de apresentar uma perspectiva particular.

comunidades engajadas na defesa de recursos naturais, geralmente sua fonte de subsistência, e com grandes organizações que investem em tecnologia e inovação para a sustentabilidade.

Em 2016, quando realizei a transferência para o curso de Relações Públicas, pude me encontrar profissional e pessoalmente. Foi neste curso que estou me graduando, que percebi a importância da comunicação para o engajamento e compartilhamento de ideias. Tive a sorte de, ao longo desse período, ser estagiário na Braskem e conectar os ensinamentos dos dois cursos para contribuir com a estratégia de uma empresa voltada para o desenvolvimento de tecnologias que beneficiam a vida das pessoas, em sinergia com a preservação do meio ambiente, com o bem-estar social e com regras de compliance para garantir que tudo ocorresse de maneira correta. Toda a experiência que trilhei até aqui motivou a construção deste trabalho.

Para atender aos objetivos desta pesquisa, entende-se como necessário examinar as narrativas empregadas pela Braskem no seu RI de 2022. Para isso, realiza-se uma revisão bibliográfica e documental, conforme aponta Gil (2022), e também a técnica de análise de conteúdo, descrita por Bardin (2016) para classificar e destacar os acionamentos estratégicos utilizados pela Braskem para comunicar os seus desafios e resultados em cada pilar ASG.

O estudo está estruturado em cinco capítulos, a começar por esta introdução. No segundo capítulo, faz-se um apanhado histórico para compreender as discussões que culminaram na perspectiva ASG como é entendida atualmente. Neste capítulo, utilizam-se dados de estudos desenvolvidos por consultorias e empresas especializadas, nacionais e internacionais, para embasar a relevância do tema (IBGC, 2022, 2021, 2007; EY, 2022; BNDES, 2021, 2020; PwC, 2022, 2021; FEM, 2022; Reprtrak, 2022), além de perspectiva de estudiosos sobre ASG (Edmans, 2023; Chouaibi *et al.* e Globerman, 2022; Sgrillo, 2021;).

O terceiro capítulo também é destinado ao embasamento teórico da pesquisa. Nele, discute-se sobre conceitos de comunicação organizacional (Baldissera, 2022, 2009; Oliveira e Paula, 2011; Rebeil Corella, 2009; Kunsch, 2008). Explora-se, na sequência, a perspectiva da comunicação estratégica (Florczak, 2017; Kunsch, 2012; Pérez, 2012; Marchiori, 2010), finalizando o capítulo relacionando os dois assuntos.

No quarto capítulo dirige-se ao objeto de pesquisa. Aborda-se acerca da metodologia escolhida para o trabalho e aprofunda-se sobre as técnicas de pesquisa utilizadas. Neste capítulo são apresentados mais alguns detalhes sobre a empresa Braskem e o Relatório Integrado de 2022. O quarto capítulo encerra com a análise dos trechos coletados no relatório.

O último capítulo foi dedicado às considerações da pesquisa. Dessa forma, retomam-se os objetivos do estudo para relacioná-los às discussões apontadas ao longo do trabalho e aos resultados das análises. Ao final do capítulo, são relatados desafios encontrados durante a jornada de pesquisa e as possibilidades vislumbradas de estudos futuros sobre o tema.

2 PARA COMPREENDER A PERSPECTIVA ASG

Neste capítulo, aborda-se sobre as iniciativas que, gradualmente, culminaram nas discussões atuais sobre ASG. Parte-se de uma recuperação histórica e, na sequência, são apresentados os pilares e indicadores que conformam tal perspectiva. Por fim, contextualiza-se que conjunturas são possíveis identificar atualmente.

Por tratar-se de um assunto que permeia e envolve diversas áreas do conhecimento, ancoram as discussões deste capítulo autores do direito, da economia, das relações internacionais e da administração, além de pesquisadores cujo foco de estudo é a temática ASG. Entre os principais destaques pode-se citar as contribuições de Edmans (2023), Chouaibi *et al.* e Globerman (2022) e Sgrillo (2021).

2.1 PREOCUPAÇÕES E MOVIMENTOS ADERENTES AO ASG: MARCOS HISTÓRICOS IMPORTANTES

O acrônimo ASG, composto pelas iniciais dos termos “ambiental”, “social” e “governança” (em inglês *environmental, social and governance*), refere-se aos princípios formulados com a intenção de medir, analisar, denunciar e corrigir diversos desafios enfrentados no mundo e na economia (Sgrillo, 2021). Conforme o *Corporate Financial Institute* — CFI (2023), braço financeiro do Banco Mundial — BM³, os fatores ASG são utilizados como critérios de investimento e permitem mensurar como uma organização gerencia riscos e oportunidades, tanto no que compete a dinâmicas internas quanto a fatores macroambientais.

O termo, cunhado inicialmente em 2004, surgiu em uma publicação do Pacto Global — PG, em parceria com o BM, chamada *Quem se Importa Vence*⁴ (PG, 2023a, tradução nossa). Para este trabalho, no entanto, traçou-se uma linha do tempo anterior a este fato para detalhar o início de discussões relacionadas ao ASG. Escolheu-se como ponto de partida para essa linha temporal a constituição da

³ Instituição criada em 1944, após a II Guerra Mundial, para reconstruir a economia dos países devastados pela guerra e desenvolver países emergentes (TWB, 2023).

⁴ Termo em português para *Who Cares Wins*.

Organização Internacional do Trabalho — OIT⁵ em 1919. A OIT é uma instituição que possui o objetivo de promover a justiça social e foi a partir de sua origem que algumas reivindicações sindicais do final do século XIX e início do século XX passaram a ser compromissos assumidos pelos países signatários. A jornada de trabalho de oito horas, a proteção à maternidade e a idade mínima para trabalho, são exemplos de pontos centrais das convenções estabelecidas a partir daquele ano (OIT, 2023).

Em um salto para a década de 60, devido às ondas de protestos sociais, investidores passaram a atuar no que também é conhecido como Investimentos Socialmente Responsáveis — ISR e excluíram ações ou setores inteiros baseados em suas atividades comerciais, como produção de tabaco, ou no financiamento de guerras e regimes opressores (como o *Apartheid*⁶ e a Guerra do Vietnã) (MSCI, 2023). De acordo com Zittei *et al.* (2018), desde o início, os ISR buscam promover um comportamento empresarial social e ambientalmente correto e tornaram-se fundamentais na expansão do mercado financeiro por questões de ampliação de portfólio para obtenção de lucro ou atuação em questões socioambientais que podem determinar melhores resultados financeiros.

Durante os anos 70, as discussões sobre governança corporativa passaram a ganhar força no mundo. Segundo com o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa — IBGC (2023), foi em 1976 que os acadêmicos Jensen e Meckling surgiram com propostas de medidas para incluir práticas de monitoramento, controle e ampla divulgação de informações para minimizar o chamado “problema do agente-principal” em que, segundo os acadêmicos, pessoas em cargos de liderança tendem a buscar benefícios para si próprios. A Teoria do Agente, como também é conhecida, salienta sobre a relação existente entre duas partes em que uma delas (a principal) engaja outra parte (o agente) para desempenhar algum serviço em seu nome até que pode verificar-se um claro conflito de interesses entre as partes (Carvalho e Rêgo, 2010). A esse respeito, conforme o IBGC (2023):

Os executivos e conselheiros contratados pelos acionistas tenderiam a agir de forma a maximizar seus próprios benefícios (maiores salários, maior estabilidade no emprego, mais poder, etc.), agindo em interesse próprio e

⁵ Agência das Nações Unidas criada após o fim da I Guerra Mundial como parte do Tratado de Versalhes (OIT, 2023).

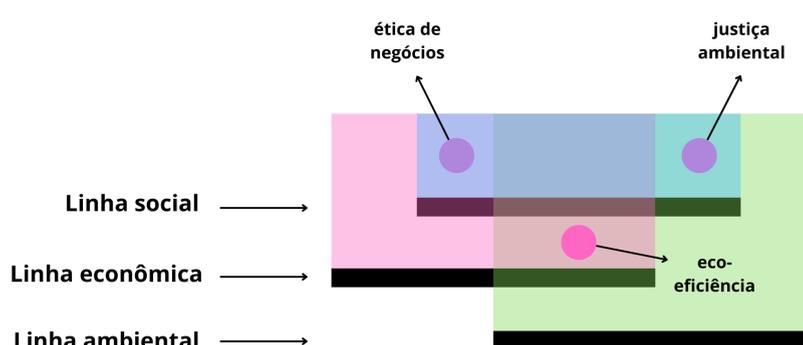
⁶ Regime de segregação racial que existiu na África do Sul entre os anos de 1948 e 1994.

não segundo os interesses da empresa, de todos os acionistas e demais partes interessadas (*stakeholders*).

No final dos anos 80, surge a primeira definição de Desenvolvimento Sustentável — DS pela Organização das Nações Unidas — ONU, com o lançamento do Relatório *Nosso Futuro Comum*⁷ (tradução nossa). Também conhecido como *Relatório de Brundtland*, a publicação tinha o papel de sanar todos os efeitos colaterais do desenvolvimento econômico ao meio ambiente (Sobrinho, 2008). Em trecho do relatório referido, o DS é definido como aquele que satisfaz às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades (CMED, 1991).

A partir da década de 90, o mundo passou a ficar alerta sobre a escassez de recursos naturais e os impactos que o modelo econômico capitalista⁸ causou no planeta (Paula *et al.*, 2017) e a agenda da ONU passou a incluir com mais assertividade a preocupação com o crescimento desenfreado das grandes corporações (Sgrillo, 2021). Em alusão a isto, muitas organizações passaram a ser cobradas pela sociedade e pelo governo sobre a necessidade de serem mais conscientes com o planeta. Nos anos 90, o consultor John Elkington propôs o conceito de *Triple Bottom Line*.

Figura 1 – Esquema *Triple Bottom Line*



Fonte: Adaptado a partir de Elkington (1997)

⁷ Termo em português para *Our Common Future*.

⁸ Sistema econômico baseado na propriedade privada, no lucro, no trabalho assalariado, na economia de mercado e em uma sociedade formada por classes (Guitarra, 2023).

De acordo com Elkington (1997), a sustentabilidade poderia ser entendida através da relação entre a sociedade, que depende da economia, que por sua vez depende do ecossistema global. O Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social — BNDES (2021), aponta que o conceito de Elkington direcionou o mundo corporativo para além da geração de valor econômico, incorporando a preocupação com as dimensões social e ambiental. De acordo com Elkington (1997):

O triple bottom line não são estáveis; eles são um fluxo inconstante, devido aos ciclos e conflitos de pressões sociais, políticas, econômicas e ambientais. Por isso, o desafio da sustentabilidade é mais difícil do que qualquer um dos outros desafios isoladamente.

Já no início do século XXI, escândalos envolvendo empresas norte-americanas como a Enron⁹, a WorldCom¹⁰ e a Tyco¹¹, reforçaram as discussões sobre a importância de divulgações financeiras e o importante papel das empresas de auditoria, agregando relevância para o tema de governança corporativa (IBGC, 2023). Junto a este cenário e no cerne das discussões que culminaram no entendimento de ASG, deve-se destacar a ONU que, segundo Paula *et al.* (2017), desempenhou o papel de incorporar a política ao debate sobre a relação ambiente e economia.

No ano 2000, a ONU lançou a iniciativa do PG, para alinhar as estratégias e operações empresariais a dez princípios universais baseados nos seguintes enfoques: direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção (PG, 2023b). Relacionada a essa iniciativa, em 2004, o acrônimo ASG surgiu com a publicação *Quem se Importa Vence*¹². Neste documento, o ex-secretário-geral da ONU, Kofi Annan, reuniu líderes das principais instituições financeiras mundiais para refletirem sobre a integração de fatores sociais, ambientais e de governança no mercado de capitais (BNDES, 2021).

Já em 2015, a ONU divulgou a *Agenda 2030*, que convocou o setor público, as empresas, a sociedade civil e os indivíduos para a construção e implementação de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável — ODS até 2030 (BNDES, 2021).

⁹ Empresa fundada em 1985, como uma das líderes mundiais em eletricidade, gás natural, comunicações, celulose e empresas de papel. Veio a falência em 2001 após crise nos demonstrativos financeiros (Assi, 2013).

¹⁰ Empresa fundada em 1979 que se tornou a segunda maior companhia de telefonia de longa distância dos Estados Unidos e uma das maiores companhias no fornecimento de tráfego de dados da internet (Bonotto, 2010).

¹¹ Empresa de sistemas de segurança, com mais de US\$ 150 milhões em bônus e empréstimos não pagos, de 1996 a 2002 (Gara, 2015).

¹² Termo em português para *Who Cares Wins*.

A busca pela garantia da segurança social, a erradicação da pobreza, a luta pela igualdade e justiça, ações contra as mudanças climáticas, entre outros compromissos assumidos globalmente através dos ODS para os 15 anos seguintes (PG, 2023c). Consoante o Relatório de Desenvolvimento Sustentável da ONU (2022), o Brasil ocupa a 53ª posição entre os países comprometidos com a iniciativa e apenas o ODS 7 (Energia Limpa e Acessível) foi alcançado até o momento.

Figura 2 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Fonte: Unicef (2023).

Apesar de não serem sinônimos, os ODS e ASG relacionam-se entre si. De acordo com PG (2023a), ASG é essencial nas discussões de tomada de decisão de investidores e, no Brasil, 83% das empresas listadas na bolsa de valores do país possuem os ODS integrados a suas estratégias de negócios, metas e resultados.

Outro marco relevante ao debate sobre ASG ocorreu com a publicação da carta aos acionistas da BlackRock, maior gestora de fundos de investimento do mundo, em 2021, na qual o CEO Larry Fink incentivou seus clientes a investirem em “portfólios sustentáveis, resilientes e transparentes” (Blackrock, 2023). Conforme a carta, “para prosperar, cada companhia terá que entregar não apenas performance financeira, mas também mostrar como faz uma contribuição positiva para a sociedade” (Blackrock, 2020).

A seguir, o Quadro 1 resume os contextos apresentados, em diferentes temporalidades, que contribuíram para a conformação da perspectiva ASG:

Quadro 1 – Linha do tempo e história do ASG

Ano	Marco	Detalhes
1919	Criação da Organização Mundial do Trabalho	Momento em que pautas importantes para a garantia da justiça social foram assumidas por 187 países do mundo.

1948 – 1955	Apartheid e Guerra do Vietnã	Início dos conflitos que provocaram protestos e boicotes a empresas relacionadas a eles.
1976	Teoria do Agente	Surge a teoria que incentivou práticas de controle e monitoramento nas empresas.
1987	Relatório de Brundtland	Publicado o documento que define o conceito de desenvolvimento sustentável.
1997	<i>Triple Bottom Line</i>	Definido o conceito que prevê uma relação saudável das empresas com recursos naturais e sociais, mas sem desconsiderar o lucro e viabilidade financeira.
2004	Relatório <i>Who Cares Wins</i>	Lançamento do relatório pelo Pacto Global em parceria com o Banco Mundial e a alcunha do acrônimo ESG.
2015	Objetivos do Desenvolvimento Sustentável	Divulgada pela ONU a Agenda 2030 com os 17 compromissos mundiais em favor do desenvolvimento sustentável.
2020	Carta da BlackRock aos acionistas	Publicada a carta do CEO da maior gestora de fundos norte-americana incentivando os investimentos focados em ASG.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

É evidente que existem outros fatos históricos e discussões importantes ao longo do período analisado que também contribuíram para o cenário atual, em 2023. O Quadro 1, porém, pode ser utilizado para compreender marcadores importantes, cujos fatos favoreceram ao surgimento do ASG. A partir dele e das discussões anteriores, é possível entender tal perspectiva como uma ampliação do foco das empresas de investimentos em *shareholders* (acionistas) para todos os *stakeholders* (partes interessadas) (BNDES, 2020). Em resumo, empresas focadas em ASG são aquelas que deixaram de direcionar esforços apenas para obtenção de lucro e passaram também a adotar práticas que impactam positivamente suas cadeias de abastecimento, quadro de funcionários, comunidades em que estão inseridas, entre outros.

Em contraponto a esta ideia, está o modelo discutido por Milton Friedman, ganhador do Prêmio Nobel, conhecido como Capitalismo de Acionistas. No início dos anos 70, Friedman (1970) destacou que os indivíduos, e não empresas, é que possuem responsabilidade pelas ações tomadas e sugere que os donos de empresas geralmente almejam fazer o máximo de lucro possível (Globerman, 2022a). Para Friedman (1970):

O que significa dizer que “negócios” têm responsabilidades? Só as pessoas podem ter responsabilidades. Uma corporação é uma pessoa artificial e, nesse sentido, pode ter responsabilidades artificiais, mas não se pode dizer que a “empresa” como um todo tenha responsabilidades, mesmo nesse sentido vago... Presumivelmente, os indivíduos responsáveis são empresários, o que significa proprietários individuais ou executivos.

Edmans (2023) também sugere ASG como um conjunto de fatores relacionados a valor e relevância empresariais e mesmo que causas externas não influenciem nos lucros de uma empresa, a sociedade impõe que estas devem auxiliar a diminuí-las. Sob essa perspectiva, há críticas ao ASG como sendo um movimento pouco consistente, no sentido de construir uma narrativa de algo que é “bom para a marca” (Pérez, 2022), mas não essencial para estratégia de negócios.

É importante mencionar que não há evidências concretas das vantagens (financeiras) que os acionistas têm ao estarem associados a empresas que praticam ASG (Globerman, 2022a), argumento que pode ser tensionado a partir da dificuldade de encontrar fontes robustas que relacionem os índices atribuídos às empresas, por *rankings* de sustentabilidade, a seus resultados nos mercados de ações, por exemplo.

A crítica de Globerman (2022b) associa as práticas ASG à ideia de *Novo Capitalismo*¹³ (tradução nossa), que diz respeito a iniciativas que buscam fazer com que o capitalismo seja socialmente benéfico e sustentável (Globerman, 2022b). O autor agrega uma contribuição interessante para a discussão do novo modelo ao alertar que a perspectiva pode não passar de um meio para os acionistas alcançarem o lucro, sem real compromisso com a sociedade.

Colabora para a crítica a ideia de que a prática dos fatores associados ao acrônimo leva ao alcance de valor a longo prazo. Dessa forma, ASG não seria mais especial do que qualquer outro intangível que também faça isso (Edmans, 2023). Ou seja, se no final o que conta é o lucro, as práticas ASG podem deixar de ser importantes quando uma nova agenda mais lucrativa aparecer.

No item a seguir, exploram-se os critérios que compõem a sigla ASG e como se relacionam a partir de aproximações e diferenças entre si. Inicia-se, também, a discussão sobre os índices, criados pelo setor de investimentos, capazes de classificar o empenho de empresas na promoção de ações ambientais, sociais e de governança.

¹³ Termo em português para *New Capitalism*.

2.2 PILARES E INDICADORES

Neste capítulo, aborda-se sobre os pilares que compõem o acrônimo ASG e a inter-relação que possuem entre si. Ao destacar cada pilar, é possível identificar iniciativas que são esperadas de organizações que possuem foco em ASG. Ainda, são evidenciados dados de relatórios e investigações que abordam a percepção de *stakeholders*, como consumidores, empregados, comunidades e acionistas, acerca desta temática.

Para Chouaibi *et al.* (2022), as empresas são cada vez mais instigadas a orientar suas estratégias em ASG na maximização de valor oferecido a todos os públicos envolvidos. Edmans (2023), por sua vez, entende que esse movimento parte de investidores, reguladores e outras partes interessadas na medição e divulgação de seus portfólios de investimentos. Porém, assumir os compromissos ASG ainda é um desafio (IBGC, 2022). Segundo Ciccarelli (2022), apenas 33% dos diretores corporativos entrevistados admitem estar considerando repensar as práticas e estruturas de ASG em suas empresas.

Conforme o Relatório Global de Riscos do Fórum Econômico Mundial — FEM¹⁴, de 2022, mesmo organizações com espaço financeiro maiores, às vezes, lutam para cumprir os requisitos ambientais, sociais e compromissos de governança. Em concomitância às provocações para implementar práticas ASG, as empresas precisam lidar com outros desafios atuais como o fortalecimento da resiliência de suas cadeias de abastecimento, a adaptação às mudanças tecnológicas, além de permanecerem vigilantes a ameaças como ataques cibernéticos (FEM, 2022). Segundo a pesquisa de Inteligência do Consumidor em ASG, elaborado pela PwC¹⁵ em 2021, consumidores que diziam considerar a sustentabilidade na sua decisão de compra, após a crise de Covid-19, aumentaram a sua percepção de consumo e passaram a estar dispostos a pagar mais por produtos saudáveis e seguros de marcas e produtos que se preocupam com o meio-ambiente e com a responsabilidade social (PwC, 2021). Ainda sobre o estudo da PwC (2021), 83% dos

¹⁴ Em inglês, *World Economic Forum* (WEF).

¹⁵ Empresa global de prestação de serviços nas áreas de auditoria e asseguuração, consultoria tributária, consultoria estratégica e assessoria em transações (PwC, 2023).

consumidores acreditam que as empresas deveriam ser mais ativas no desenvolvimento de práticas ASG.

Para continuar a discussão, aborda-se cada pilar que compõe ASG, bem como as suas inter-relações. A partir daqui é possível observar a combinação de dados extraídos de relatórios de pesquisas junto à produção acadêmica acerca dos três pilares.

2.2.1 O pilar A (ambiental, em inglês, *environmental*)

O pilar ambiental do ASG está relacionado com todos os impactos do negócio no meio ambiente (Trashin e Amcham, 2022). Este pilar se concentra na forma como as empresas impactam o meio ambiente e como elas gerenciam questões ambientais em suas operações. Como abordado anteriormente, as discussões sobre a preocupação com os impactos ambientais relacionados à atuação humana no planeta geraram como resultados a criação de diversas normas, acordos e diretrizes que visam alinhar o desenvolvimento econômico ao desenvolvimento sustentável. Para Bregolato (2012):

As empresas estão atendendo às exigências do mercado e da sociedade em geral. Antes o enfoque preponderante estava voltado somente para a economia e para a margem de lucro da organização, mas nos dias atuais esse enfoque vem sendo substituído por um conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável, no qual as metas de crescimento estão associadas aos esforços de redução dos efeitos negativos causados pelas empresas no meio ambiente.

Dessa forma, o pilar ambiental diz respeito a como uma empresa pode usar seus produtos ou serviços a favor da proteção de recursos naturais e na garantia da vida e do bem-estar no planeta para as futuras gerações (Trashin e Amcham, 2022). Entre os aspectos presentes no pilar ambiental, pode-se citar a atenção com emissões de gases de efeito estufa, gestão de resíduos, uso de fontes renováveis de energia, preservação de recursos naturais, impacto na biodiversidade, mudanças climáticas, entre outros. O Guia de Sustentabilidade para as Empresas, organizado pelo IBGC (2007), já apontava para a necessidade de consistência e amplo entendimento da dinâmica dos atores e sistemas que afetam a empresa — e que por ela são afetados — para a manutenção de uma operação lucrativa, respeitosa e economicamente viável, incluindo a perspectiva ambiental. Segundo Siqueira (2021), empresas que consideram aspectos ambientais podem designar uma agenda

estruturada, que considera riscos e oportunidades que culminam na capacidade de antecipar tendências.

A esse respeito, de acordo com Costa e Ferezin (2021), os índices que mostram a verdadeira sustentabilidade são cada vez mais valorizados e discutidos no ambiente corporativo, chegando a obter importância nas bolsas de valores mundiais. Aqui, não se refere ao efeito *greenwashing*, que significa a falsa aparência de sustentabilidade, como foi o caso da montadora Volkswagen em 2015¹⁶, mas sim a práticas consistentes, com potencial de transformação e impacto positivo.

Com o exposto, pode-se entender o pilar ambiental como um componente importante da avaliação ASG. Através dele, as empresas avaliam sua performance e impacto ambiental e buscam implementar práticas sustentáveis para minimizar seu impacto negativo no meio ambiente e aumentar sua resiliência a longo prazo.

2.2.2 O pilar S (social, em inglês, *social*)

O pilar social diz respeito a como as empresas podem contribuir positivamente à sociedade através de suas operações. Este pilar baseia-se nas ações de igualdade e justiça que as organizações assumem em suas relações com públicos de interesse. De acordo com Carvalho *et al.* (2021), o fator humano abrange múltiplas partes da empresa, desde os seus empregados, até os seus consumidores, passando também pelos fornecedores, parceiros de negócios e a comunidade na qual a empresa está inserida.

Dessa forma, esse pilar considera os aspectos que buscam modificar os processos para os negócios promoverem um impacto social positivo e significativo, a fim de transformar realidades e diminuir desigualdades (Trashin e Amcham, 2022). Pode-se citar como exemplos ações voltadas para a diversidade e inclusão, direitos humanos, condições de trabalho, relações com a comunidade local e impacto na saúde e bem-estar das pessoas, dentre outras.

Assim como as empresas têm responsabilidade pelos problemas sociais, também têm capacidade de empregar recursos para seu enfrentamento, afirma Reis (2007). Pesquisas recentes sobre diversidade da McKinsey (2018) apontam que a diversidade cultural, étnica e de gênero, principalmente dentre as pessoas que

¹⁶ Neste ano, a montadora foi envolvida em um escândalo de falsificação de resultados de emissões de gases poluentes em motores a diesel (SEBRAE, 2022).

integram a alta liderança, está correlacionada à melhor performance financeira das organizações em diversos países do mundo. Quanto a isso, McKinsey (2018) assegura:

Nossas hipóteses sobre o que impulsiona essa correlação foram que empresas mais diversificadas são mais capazes de atrair os melhores talentos; para melhorar a orientação para o cliente, a satisfação dos funcionários e a tomada de decisões; e para garantir sua licença para operar.

Entende-se que a atuação social de empresas é base para decisões de investimento desde o século XIX (Eccles *et al.*, 2020). Além disso, o pilar social faz-se importante porque permite que as empresas avaliem sua performance e impacto social e implementem práticas responsáveis para minimizar seu impacto negativo na sociedade.

2.2.3 O pilar G (governança, em inglês, *governance*)

O pilar governança dita sobre os padrões que as empresas utilizam para garantir a integridade e a prestação de contas aos seus públicos de interesse. Em linhas gerais, ele se refere a um conjunto de princípios que uma empresa adota para uma gestão responsável, transparente e ética (Trashin e Amcham, 2022).

Este pilar refere-se a como as empresas consideram questões de governança ao avaliar seus resultados, incluindo estrutura de propriedade, remuneração de executivos, transparência financeira e relações com acionistas. Refere-se ainda a como elas devem considerar questões relacionadas à integridade e conformidade, incluindo o papel da empresa na sociedade e o impacto de suas decisões de negócios no meio ambiente e nos locais em que estão inseridas.

De acordo com Chouaibi *et al.* (2022), as empresas que exibem um alto nível de práticas sociais e éticas conseguem aumentar sua performance financeira através da divulgação de seus resultados. Para Sardenberg (2020):

Compreendendo que o “G” no contexto do ESG se refere essencialmente sobre como uma empresa é administrada e qual a estrutura de poder adotada, torna-se fundamental que os riscos e oportunidades de governança na tomada de decisões sejam conhecidos, visto que práticas inadequadas de governança corporativa estiveram no centro de alguns dos maiores desastres e escândalos corporativos dos últimos tempos, no Brasil e no mundo.

O pilar de governança possui um papel importante de sustentação para os outros pilares ASG. De acordo com artigo da S&P Global¹⁷ (2020), as práticas de governança indicam as regras e procedimentos para países e corporações e permitem que os investidores verifiquem as práticas de governança adotadas para questões ambientais e sociais. A S&P Global (2020) afirma:

Ao analisar fatores ambientais, sociais e de governança, o elemento “G” é frequentemente esquecido em meio a considerações sobre riscos climáticos, implicações sociais e outros riscos e oportunidades “E” e “S”. No entanto, entender os riscos e as oportunidades de governança na tomada de decisões é fundamental, já que as más práticas de governança corporativa estiveram no centro de alguns dos maiores escândalos corporativos.

Existem acontecimentos conhecidos mundialmente causados pela falta de medidas de monitoramento e controle no pilar de governança. Sardenberg (2020) cita casos como o Dieseldate da Volkswagen¹⁸ e o uso indevido de dados do Facebook¹⁹ como exemplos de transgressões em consequência de estruturas frágeis de governança que foram incapazes evitar perdas substanciais, sejam financeiras, de reputação e até mesmo de vidas.

Em resumo, o pilar de G pode ser entendido como essencial para a avaliação ASG porque permite que as empresas direcionem suas práticas de governança e tomem medidas para tornarem-se mais responsáveis. Para Sardenberg (2020), empresas que adotam práticas superiores de governança estão aptas a impulsionar sua reputação, aumentar seu valor de marca e propensas a acessar linhas de crédito especiais de financiamento.

2.2.4 Índices ASG

Neste item, discorre-se as formas utilizadas para classificar e mensurar os aspectos ambientais, sociais e de governança no âmbito empresarial. Diferente de indicadores empresariais tradicionais, como o volume de vendas, por exemplo, os

¹⁷ A S&P Global Inc., anteriormente McGraw Hill Financial Inc., é fornecedora de *ratings*, *benchmarks*, análises e dados para os mercados de capital e *commodities* em todo o mundo (Investing, 2023).

¹⁸ Nome dado pela imprensa internacional para o escândalo de falsificação de testes de emissões de poluentes envolvendo diversos fabricantes de carros pelo mundo (G1, 2017).

¹⁹ Caso em que se acredita que a consultoria Cambridge Analytica obteve indevidamente os dados de 87 milhões de usuários da mídia social (Facebook..., 2018).

indicadores ASG podem auxiliar o mercado a vislumbrar o posicionamento de uma companhia frente aos desafios socioambientais e de governança (Trashin e Amcham, 2022).

Observa-se que as questões relacionadas ao meio ambiente e aos impactos negativos causados pelas atividades das empresas passaram a ser um tema recorrente nas mesas de negociações e em fóruns mundiais que tratam do desenvolvimento econômico (Oliveira *et al.*, 2014). Em Pesquisa Global de Capital Privado, a consultoria EY (2022) afirma que dois em cada cinco investidores levam o tema ASG a sério ao tomarem decisões.

Nesse sentido, o *disclosure*, termo que se refere à obrigação das empresas de divulgar informações relevantes e precisas sobre sua situação financeira, desempenho e perspectivas para seus acionistas, investidores e demais públicos, é uma ferramenta importante para a aferição também do nível de ASG em que ela se encontra. Sendo assim, a função do *disclosure* é tornar públicas a responsabilidade e preocupação da empresa em relação às pessoas e à vida no planeta, construindo vínculos integrativos fortes com a sociedade (Oliveira *et al.*, 2014). Por exemplo, empresas posicionadas em setores sensíveis ou mesmo controversos no sentido de impacto ambiental e social, como indústrias químicas ou sidero-metalúrgicas, há muito perceberam a necessidade de controlar e registrar avanços e métricas de sustentabilidade para garantir o apoio e segurança dos investidores e uma atuação no mercado com menores índices de risco (Trashin e Amcham, 2022).

De acordo com Berg *et al.* (2021), um dos principais desafios para pesquisadores e profissionais de investimento está em medir a “qualidade ASG” da empresa, ou seja, quantificar o desempenho de uma empresa em relação aos critérios ASG. A busca pela padronização de indicadores é desafiadora, uma vez que a diversidade de contextos ASG pode desencadear resultados variados.

Segundo EY (2022), 49% dos investidores encontram obstáculos no lançamento de fundos específicos sobre o tema pela falta de padronização da metodologia que avalia a efetividade do ASG nas organizações. Eccles *et al.* (2020) defendem que a falta de uma metrificacão universal fez com que cada fornecedor de dados criasse a sua própria, definindo seus próprios indicadores para melhor capturar o seu conceito de materialidade ASG.

Entre as formas de metrificacão pode-se citar índices de bolsas de valores como Índice de Sustentabilidade Empresarial — ISE-B3, o Índice de Carbono

Eficiente — ICO2-B3 e o Índice de Governança Corporativa — Novo Mercado — IGC-NM, todos da Bolsa de Valores Brasileira — B3, até empresas internacionais que, também, auxiliam organizações ao fornecerem dados e estabelecerem padrões para o *disclosure* de impactos socioambientais como o Carbon Disclosure Project — CDP e Global Report Initiative — GRI²⁰.

Criada em 1890, a B3 é a principal instituição financeira responsável por intermediar a negociação de ativos financeiros no Brasil e conta com mais de 400 empresas em sua lista de ações. Conforme o Cotações... (2023), os índices da B3 são formados por um conjunto de empresas e ativos com características em comum que, ao serem agrupados, refletem o desempenho de diferentes segmentos e setores do mercado financeiro. Alguns desses índices são relevantes para acionistas interessados em investir em empresas preocupadas com as práticas ASG.

De acordo com ISE-B3 (2023), o índice foi criado em 2005 com o financiamento do CFI e é uma carteira de investimentos cujo objetivo é ser o indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo seu reconhecido comprometimento com a sustentabilidade empresarial. No ano de 2023, já na sua 18.^a carteira, o ISE conta com 70 empresas participantes que acumulam R\$ 2,28 trilhões em valor de mercado. Para Oliveira *et al.* (2014)

As empresas para terem suas ações no ISE necessitam apresentar indicadores de desempenho que atendam a seis critérios: ambientais; sociais; econômico-financeiros; gerais (posição da empresa perante acordos globais e se publica balanços sociais); de natureza do produto (os possíveis danos e riscos à saúde dos consumidores acarretados pelo consumo/uso dos produtos da empresa, entre outros) e de governança corporativa.

Já o ICO2-B3, que foi desenvolvido em parceria com o BNDES, é, segundo o Cotações... (2023), composto por empresas que adotam práticas transparentes com relação a suas emissões de gases do efeito estufa. O índice tem em vista antecipar a visão de como as empresas estão se preparando para uma economia de baixo carbono. Segundo a divulgação da B3, em 2022, em sua 12.^a carteira, o índice ICO2-B3 reuniu 64 companhias que, juntas, somavam R\$ 2,98 trilhões em valor de mercado.

O IGC-NM é um índice que apresenta o desempenho médio das cotações dos ativos de empresas que, em teoria, possuem melhores práticas de governança

²⁰ Todas as iniciativas são detalhadas na sequência.

em sua gestão (B3, 2023). Segundo o Cotações... (2023), o índice lista ações de empresas que adotam, voluntariamente, práticas de governança corporativa adicionais às que são exigidas pela legislação brasileira. Entre outros requisitos para fazer parte dessa carteira estão instalação de área de auditoria interna, função de *compliance*²¹ e comitê de auditoria.

No exterior, a S&P Dow Jones, índice de ações que reflete o desempenho do mercado de ações dos Estados Unidos, oferece uma ampla variedade de índices que satisfazem diversas expectativas de risco/retorno e critérios ambientais, sociais e de governança corporativa (O que é..., 2022). Seguindo um sistema de pontuações, investidores podem medir os riscos e o desempenho das empresas em relação aos critérios sociais, ambientais e de governança corporativa, com foco na relevância financeira.

Organizações sem fins lucrativos, como o CDP, atuam com o objetivo de auxiliar empresas e órgãos governamentais no processo de *disclosure* de dados e informações relacionadas a impactos ambientais como mudanças climáticas, desmatamento e tratamento da água, entre outros. Segundo o Guia de ASG desenvolvido pela Bravo GRC (2021), o CDP analisa os dados, coletados mediante questionário, e divulga informações como análises, relatórios e *scores* de cada empresa, cidade e região, incentivando e permitindo a utilização desses dados por *stakeholders*, como investidores e clientes, em suas tomadas de decisão.

No sentido de diretrizes, a GRI, organização internacional, criada em 1997, ajuda organizações a aumentarem sua transparência e a comunicarem suas contribuições de impactos em sustentabilidade. De acordo com seu manual de padrões (GRI, 2020), a organização apoia na gestão e divulgação de impactos, e nos benefícios que as empresas podem desbloquear ao informarem suas decisões, reduzindo riscos, melhorando as oportunidades de negócios e fortalecendo relacionamentos com *stakeholders*.

Em sua primeira versão de diretrizes, lançada em 2000, a GRI forneceu uma estrutura global para relatórios de sustentabilidade inédita. Atualmente, a GRI é tida como um padrão global para relatórios de impacto e aponta que 73% das 250 maiores companhias do mundo utilizam os padrões GRI para seus *reports* de sustentabilidade. Tão grande é a relevância que a GRI serve como base para o

²¹ Conjunto de medidas que visam garantir o cumprimento de leis, regulamentos, normas internas e externas e promover a ética e a integridade de uma organização (Exame, 2023).

questionário de avaliação das empresas para entrada no ISE-B3 (Bravo GRC, 2021).

De acordo artigo publicado no site da revista Pereira (2020), o diretor-executivo da Rede Brasil do Pacto Global²², afirma que “na era da hipertransparência e hiperconectividade não é opção ficar alheio às demandas da sociedade”. Neste sentido, os relatórios de sustentabilidade são uma alternativa importante para se verificar a preocupação, o compromisso e o engajamento das organizações com a responsabilidade social (Schmidt, 2015).

Alguns setores empresariais encontram-se mais desenvolvidos em seus relatórios e indicadores de sustentabilidade (Trashin e Amcham, 2022), ou seja, existem setores que estão mais maduros frente ao posicionamento ASG porque podem, por exemplo, estarem mais expostos a riscos. Esse fato contribui para a discussão sobre as métricas existentes no mercado não conseguirem capturar por completo o desempenho e o valor da empresa, pois não conseguem representar totalmente aspectos intangíveis que podem variar de negócio para negócio (Bravo GRC, 2021).

Para finalizar o capítulo, na sequência, aborda-se como o tema ASG vem sendo discutido após todas as transformações e influências que sofreu ao longo dos anos. Recorre-se a pesquisas recentes, de modo a ancorar a discussão a partir de dados atuais, que tratam de contextos nacionais e internacionais.

2.3 CENÁRIO ASG: CONTEXTO MUNDIAL E BRASILEIRO

Durante este subcapítulo, aborda-se sobre os apontamentos atuais de ASG e como o assunto vem sendo abordado no cenário global, sobretudo sob a perspectiva de investidores e consumidores. Relatórios disponibilizados por empresas de pesquisa especializadas no assunto apoiam o embasamento das reflexões.

Ao pesquisar o termo “ESG²³” na plataforma *Google Trends*²⁴, no período que compreende janeiro de 2020 a janeiro de 2023, é possível observar que o

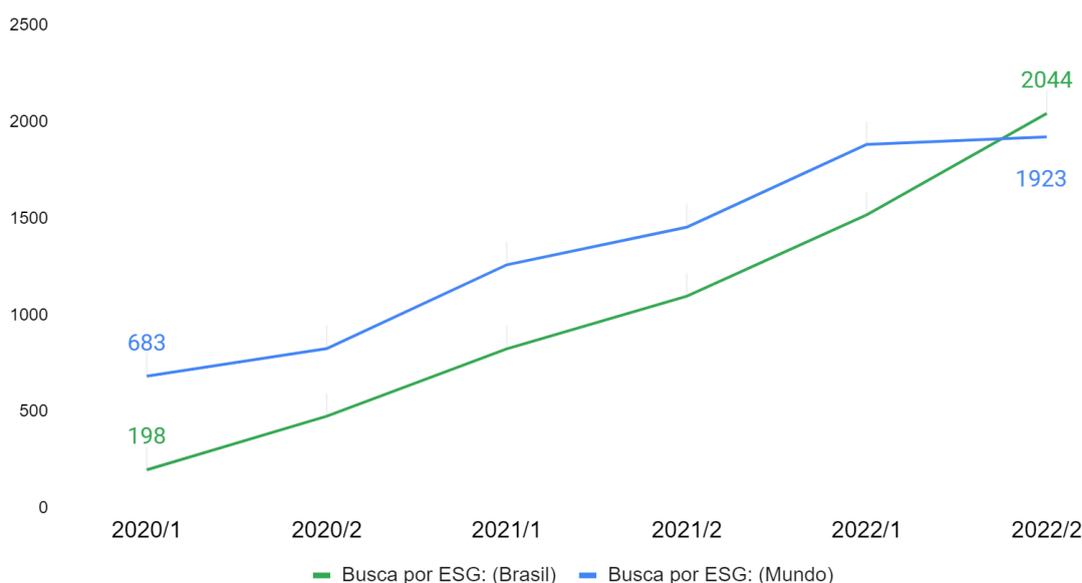
²² Criada em 2003, a Rede Brasil responde à sede do Pacto Global, em Nova York, e preside o Conselho das Redes Locais na América Latina (PG, 2023d).

²³ Utilizou-se o termo em inglês para garantir a comparação com a busca pelo assunto no mundo.

²⁴ *Google Trends* é uma ferramenta gratuita do mecanismo de busca Google que permite acompanhar a evolução do número de buscas por uma determinada palavra-chave. Pode ser acessada pelo endereço <https://trends.google.com.br/trends/>.

aumento de buscas sobre o tema mais do que duplicou no mundo (Figura 3). Somente no Brasil, o termo apresentou um volume de buscas na internet, em 2023, 16 vezes maior do que no início do período analisado.

Figura 3 - Buscas sobre o termo “ESG” entre 2020 e 2022 no Google



Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados coletados no *Google Trends*

O aumento significativo das buscas no Brasil foi tema de um estudo abordado na sequência. Vale ressaltar que, ao final do período analisado na Figura 3, o volume de buscas pelo termo “ESG” no Brasil ultrapassou as buscas pelo tema no mundo. O estudo referido foi publicado pela Rede Pacto Global Brasil, em parceria com a plataforma Stilingue, em 2021, e confirmou o aumento significativo nas buscas sobre o tema ASG a partir do ano de 2020 (PG & Stilingue, 2021). Conforme a investigação, as principais expressões utilizadas para referenciar ASG naquele período foram: “questões ESG” (16%), “agenda ESG” (14%), “critérios ESG” (13%), “movimento ESG” (10%), entre outros.

Dados da pesquisa “Panorama ESG Brasil 2023” apontam que os principais motivos para as organizações aderirem ao ASG no país estão relacionados ao fortalecimento da reputação da marca no mercado, ao impacto positivo em questões socioambientais e a redução de riscos ambientais, sociais e de governança (Amcham e Humanizadas, 2023).

O tema ASG tem ganhado relevância junto a uma variedade de *stakeholders*. Conforme o levantamento feito pela Morningstar e pela Capital Reset, fundos ASG²⁵ captaram ao menos R\$ 2,5 bilhões em 2020. O Relatório Global da RepTrak²⁶ 2022, indicou que consumidores estão significativamente mais propensos a comprar e a acreditar em empresas que possuem práticas consistentes de ASG.

No ano de 2020, ocorreram conflitos sociais, de saúde, ambientais e políticos únicos (Reprtrak, 2022). Segundo o relatório da 6.^a Pesquisa Global com Investidores Institucionais, realizada pela consultoria EY (2022), a pandemia de Covid-19 levou a uma evolução rápida da discussão das práticas ASG. Na medida em que foram potencializados cenários adversos envolvendo questões sociais e ambientais, 90% dos investidores pesquisados afirmaram que, desde a pandemia, atribuem maior importância ao desempenho em ASG das empresas quando se trata de sua estratégia de investimento e tomada de decisões (EY, 2022).

A crise global causada pela Covid-19, e suas consequências econômicas e sociais, continuam a representar uma ameaça crítica para o mundo (FEM, 2022). Na avaliação do IBGC (2021), a pandemia pode ter representado um ponto de inflexão e contribuído para acelerar a disseminação das práticas ASG entre as organizações. Conforme estudo publicado pelo instituto, no cenário pós-crise, as principais prioridades das organizações serão demandar a incorporação de um conjunto mais abrangente de riscos nos relatórios publicizados e aumentar a frequência de discussões sobre questões ambientais, sociais e de governança nos seus conselhos (IBGC, 2021).

De acordo com Carlo Pereira, diretor-executivo do Pacto Global Brasil:

Uma das consequências da crise causada pelo novo coronavírus foi o despertar da consciência de parcelas maiores da sociedade para questões ligadas à sustentabilidade. As empresas brasileiras aceleraram suas práticas sustentáveis em um movimento sem volta. Quando algumas pessoas me questionam o que há de novo sobre o tema, costumo começar a conversa explicando que ASG não é uma evolução da sustentabilidade empresarial, mas sim a própria sustentabilidade empresarial (Pereira, 2020).

A consultoria PwC (2022) apontou que os fatores ASG continuam a afetar o comportamento dos consumidores no período pós-pandêmico. Conforme a consultoria, no Brasil, 63% dos entrevistados estão preocupados em fazer escolhas

²⁵ Os fundos ASG se enquadram na categoria de ações e multimercados e podem representar uma boa oportunidade para quem quer uma rentabilidade atrelada a uma companhia socialmente e ambientalmente responsável (Exame, 2021).

²⁶ Plataforma global para *insights* baseados em dados sobre reputação, marca e ASG (Reprtrak, 2023).

mais sustentáveis e afirmam comprar intencionalmente de empresas que demonstram preocupação em proteger o planeta. Em contraponto, os resultados da pesquisa da Amcham e Humanizadas (2023) indicam que o ponto de inflexão da agenda ASG está prestes a ser atingido, mas 53% das empresas entrevistadas ainda não implementaram estratégias para aderir às práticas ASG.

No Brasil, a divulgação de informações ambientais não é obrigatória. No entanto, Costa *et al.* (2018) cita as leis n.º 6.404/1976, 11.638/2007 e 11.941/2009, que apesar de não deixarem claro, enfatizam disposições sobre o que precisa ser discriminado em relatórios empresariais.

De acordo com Pérez (2022), em todos os setores, lugares e tamanhos de empresas, as organizações têm alocado mais recursos para melhorar o ASG e mais de 90% das empresas S&P 500 agora publicam relatórios ASG de alguma forma. Apesar da publicação desses relatórios ser de cunho voluntário pelas empresas, há forças externas que estimulam que sejam evidenciadas as estratégias empregadas. As principais bolsas de valores do mundo adaptaram-se para tentar medir o impacto de ASG entre as empresas que possuem ações listadas. Entre os exemplos, Oliveira *et al.* (2014) citam a criação de segmentos de negociação de ativos financeiros de empresas com boas práticas de governança corporativa, um maior rigor na fiscalização e divulgação de informações e fatos administrativos das empresas, além de medidas e índices de ações de empresas atuantes em prol da sustentabilidade planetária.

No cenário mundial, alguns governos já desenvolveram estratégias para incentivar o chamado financiamento sustentável. Desde 2017, países da União Europeia — UE, China, Estados Unidos e Reino Unido já criaram leis, órgãos reguladores, certificações, entre outros, no sentido de alinhar objetivos empresariais à agenda ASG (KPMG, 2019). Em 2021, por exemplo, a UE criou o Regulamento de Divulgação de Finanças Sustentáveis²⁷ que visa melhorar a transparência no mercado de investimentos. Mesmo assim, ainda há muito a ser feito pelas comunidades de investidores e corporativas para auxiliar as abordagens orientadas ao ASG a proporcionar maior impacto (EY, 2022).

Encerra-se este capítulo com um panorama abrangente sobre a relevância do ASG no cenário global. Com base nos estudos publicados, é possível perceber que

²⁷ Em inglês, *Sustainable Finance Disclosure Regulation* (SFDR).

a pandemia de Covid-19 assume um papel de catalisador para as discussões e adoção de compromissos ASG em um mundo pós-crise. Fica evidente que, conforme as discussões avançam, possuir uma estratégia voltada para atender a critérios ASG pode influenciar não só em escolhas de investimentos, mas também impactar na decisão de compra dos consumidores. Nesse contexto, a comunicação organizacional tem o seu papel evidenciado como essencial para a ampliação de mensagens e engajamento no tema ASG.

3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E ASG

Neste capítulo, são abordadas perspectivas que contribuem para o entendimento de comunicação organizacional e sua inter-relação com ASG. Para tanto, estabeleceu-se a aproximação teórica entre os conceitos de comunicação estratégica baseados em Florczak, 2017; Amorim e Oliveira, 2015; Pérez, 2012; Kunsch, 2012 e 2008; Oliveira e Paula, 2011; Marchiori, 2010; e Weber, 2009. Além disso, enfatizou-se sobre a importância da materialidade para o processo, produção de sentidos e comunicação de resultados em ASG.

3.1 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

O conceito de “organizações”, por Rebeil Corella (2009), é desenvolvido a partir da ideia de que são criações humanas geradas para produzir bem-estar na sociedade e para satisfazer as necessidades das pessoas e grupos que habitam o mundo social. Para Nassar (2008), uma organização é um sistema social e histórico, formal, que obrigatoriamente se comunica e se relaciona com os seus integrantes e com outros sistemas sociais e com a sociedade. Marchiori e Ninin (2013) propõem interpretar as organizações como dimensões sociais que envolvem interlocutores que constroem significados através das conversações. Dessa forma, é possível reconhecer organizações como sendo um conjunto de pessoas que se conectam entre si. De acordo com Kunsch (2008):

As organizações são formadas por pessoas que se comunicam entre si e que, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional para sobrevivência e consecução dos objetivos organizacionais em um contexto de diversidades, conflitos e transações complexas.

No contexto das organizações, a comunicação é um processo constituído pelos atos de interação que acontecem no ambiente interno das organizações e na sua relação com o mundo externo, e podem ser tanto práticas individuais como de grupo (Oliveira e Paula, 2011). Pode-se entender a organização como um fenômeno comunicacional contínuo (Kunsch, 2008), ou seja, um sistema de interações empresa-sociedade capaz de se retroalimentar. Baldissera (2022) afirma:

A organização, como realidade viva, é resultado provisório das interações que os diferentes sujeitos que a constituem estabelecem entre si e com ela, sujeitos esses que estão inscritos em seus contextos de origem, portam cultura, imaginários, ideologias, têm repertórios, multiplicidade de experiências, história e subjetivações, apresentam diversidade de habilidades e competências, e que também são movidos por seus próprios desejos e objetivos.

Existem diferentes definições para o fenômeno da Comunicação Organizacional. De acordo com Baldissera (2009), toda comunicação que, de alguma forma e em algum grau, disser respeito à organização é considerada comunicação organizacional. A contribuição de Weber (2009) indica que a comunicação organizacional é um conceito que abrange todos os meios, ações e profissões utilizadas por uma organização pública ou privada para se relacionar de modo conveniente com seus públicos de interesse. Para Kunsch (2003) comunicação organizacional é como se estuda fenômeno comunicacional nas organizações no âmbito da sociedade global, analisando o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos.

No Brasil, há perspectivas diferentes em relação aos conceitos fundamentais da comunicação organizacional que permeiam o seu desenvolvimento. De acordo com Oliveira (2022), houve um momento de virada epistemológica no país, a partir dos anos 2000, que levou estudiosos sobre o assunto a buscarem além da visão restrita do funcionalismo e da realidade empírica das organizações, absorvendo conceitos das ciências humanas e sociais no estudo da comunicação organizacional. Foi dessa forma que o paradigma da complexidade, o paradigma interacional (e outras abordagens) ganharam força como referenciais teóricos, contribuindo para os conceitos fundantes da comunicação organizacional (Oliveira, 2022).

Conforme visto, existem inúmeras possibilidades de definição e compreensão da comunicação organizacional, mas também é comum encontrar conceitos, pensamentos e práticas enraizados que podem limitar essa compreensão (Scroferneker *et al.*, 2014). Reduzir a comunicação organizacional apenas a teorias, não nos permite considerar toda a complexidade das interações sociais e organizacionais da contemporaneidade. Baldissera (2009) utiliza a perspectiva do paradigma da complexidade para analisar a comunicação organizacional como um sistema complexo, em que múltiplos elementos interagem e influenciam uns aos outros. Para o autor, tal paradigma considera a dinamicidade, a interdependência e a

imprevisibilidade presente nos processos comunicativos que permitem ampliar o entendimento de comunicação organizacional para além do que é planejado.

Segundo Baldissera (2009), há três dimensões da comunicação organizacional:

Quadro 2 – As 3 dimensões da Organização Comunicacional

Dimensão	Descrição	Exemplos
Organização comunicada	Refere-se à fala autorizada, ou seja, a comunicação oficial e formal da organização. Envolve a transmissão de informações e mensagens por meio de canais estabelecidos e reconhecidos pela organização.	Jornais institucionais; campanhas publicitárias; eventos; sites; materiais informativos para imprensa, entre outros.
Organização comunicante	Vai além da fala autorizada, incluindo os demais processos comunicacionais que ocorrem sempre que alguém estabelece uma relação direta com a organização. Abrange as interações informais, as trocas de informações e as comunicações que ocorrem fora dos canais formais.	Ferramentas e aplicativos de compartilhamento de mensagens (WhatsApp, Slack, Workplace);
Organização “falada”	Essa dimensão diz respeito aos processos de comunicação que não ocorrem por meio de relações diretas com a organização, mas que fazem referência a ela.	Boatos; Rumores; Comentários que circulam sobre a organização.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Baldissera (2009).

Ao contemplar toda a comunicação realizada nas diferentes relações que os sujeitos estabelecem com a organização, é possível fortalecer a diversidade, fomentar lugares de criação, potencializar diálogos e fluxos multidirecionais de comunicação (Baldissera, 2009). Contribui para a discussão a abordagem de Scroferneker *et al.* (2014), que percebe a comunicação organizacional como uma teia (in) visível que permeia os vínculos, laços e relações cotidianas provocadas pela, ao mesmo tempo que provém da, comunicação desenvolvida para atender aos objetivos organizacionais. Após a discussão, a compreensão que se assume de comunicação organizacional é a de processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais (Baldissera, 2009).

Nesse sentido, a pesquisa acadêmica pode fornecer embasamento teórico e metodológico para as práticas profissionais, enquanto as experiências práticas podem gerar insights e desafios que impulsionam a pesquisa. Segundo Mourão (2017), a comunicação realizada por profissionais que possuem conhecimento teórico-conceitual apresenta potencial de mudança, principalmente no que tange a argumentação junto às organizações e aos gestores para, assim, tornar a comunicação mais humana, interativa e dialógica.

No que concerne ao cenário atual, a Associação Brasileiro de Comunicação Empresarial — ABERJE realizou, em 2023, uma pesquisa para identificar as tendências da comunicação organizacional. Conforme o relatório da pesquisa que abordou 135 empresas em todo o Brasil, 30% referem-se à capacidade de lidar com a complexidade como uma habilidade relevante para os próximos anos (ABERJE, 2023). Além disso, 72% dos entrevistados acreditam que, em 2023, a comunicação terá ampliada a sua percepção estratégica pela organização (ABERJE, 2023).

Os dados apresentados até aqui corroboram para a importância de um profissional capacitado para desenvolver a comunicação nas organizações. Neste sentido, a Comunicação Integrada, de acordo com Kunsch (2003), é uma filosofia que considera a união dos diferentes tipos de comunicação que acontecem em uma organização voltados a uma atuação mais sinérgica.

Quadro 3 — As dimensões da Comunicação Integrada

Dimensões da Comunicação Organizacional	Definição	Exemplos
Comunicação interna	Responsável por viabilizar toda a interação possível entre a organização e seus empregados.	Processo comunicativo Fluxos informativos Redes formais e informais Barreiras Mídias internas
Comunicação Institucional	Responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização.	Marketing social Marketing cultural Jornalismo empresarial Assessoria de imprensa Identidade corporativa Imagem corporativa Editoração multimídia publicidade institucional
Comunicação Mercadológica	Responsável por toda a produção comunicativa em torno dos objetivos mercadológicos, tendo em vista	Publicidade Promoção de vendas Feiras e Exposições Marketing direto

	a divulgação publicitária dos produtos ou serviços de uma empresa.	Merchandising Venda pessoal
--	--	--------------------------------

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Kunsch (2003, 2008)

Na contemporaneidade, de acordo com Kunsch (2008), a comunicação organizacional acontece de maneira muito mais complexa no contexto das organizações e deixou de ter uma função apenas técnica e instrumental para ser também estratégica, assim como foi destacado no próximo capítulo.

3.2 COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Viu-se até aqui que a comunicação, no âmbito das organizações, acontece nos processos de relacionamento que ocorrem interna e externamente. Verificou-se também que a sociedade, cada vez mais, exige das organizações posicionamentos sobre temas de interesse atuais. Atender às necessidades da comunidade no entorno e manter uma boa imagem perante a opinião pública culminam na necessidade comunicação profissionalizada (Kunsch, 2012).

De acordo com Marchiori (2010), a comunicação não se limita a ocorrer apenas nas organizações já formadas e acontece como processo subjetivo que permite compreender (ou não) a realidade organizacional através dos relacionamentos construídos. Pensar dessa maneira, permite assumir a organização como um grande sujeito estratégico da sociedade contemporânea (Florczak, 2017).

A comunicação organizacional assume uma dimensão estratégica quando agrega valor à organização (Kunsch, 2012). Convém, agora, diferenciar as dimensões estratégica e instrumental da comunicação. De acordo com Devesa (2016), a dimensão instrumental aponta para os instrumentos e ferramentas utilizados no processo de comunicação, enquanto a dimensão estratégica considera a comunicação como essencial para agregação de valor. Com isso, a criação de valor para a comunicação significa um avanço para seu campo estratégico (Marchiori, 2008).

Pérez (2012), destaca haver correntes de pensamento distintas que buscam definir a comunicação estratégica. Nem toda comunicação é estratégica e pode-se e deve-se diferenciar uma estratégia de comunicação de uma comunicação

estratégica (Pérez, 2012). O autor elucida o reconhecimento de uma comunicação estratégica se a mesma cumpri 3 requisitos:

Quadro 4 – Os requisitos da Comunicação Estratégica

Requisitos	Características
1. Possuir as características de toda situação estratégica	Tem um objetivo claro; levaram-se conta as possíveis reações de terceiros; avaliou-se rotas alternativas para obter o mesmo objetivo; entre outras.
2. Cumprir certas funções e tarefas de natureza comunicativa	Estrutura-se a partir de objetivos descritos ou descritíveis em parâmetros de comunicação (mudança de percepção ou geração de significado); faz parte de uma mistura de sistemas de comunicação previamente definidos; acontece por meio de ações comunicacionais.
3. Mover-se no chamado “Novos Paradigmas”	É resultado de um pensamento complexo; não apenas fala/divulga, mas também ouve/dialoga; busca mais articulação do que persuasão; entre outras.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Pérez (2012, tradução nossa).

Entre as abordagens de comunicação estratégica apresentadas, a que mais se aproxima do que busca-se apresentar neste trabalho, considera perspectivas relacionais e complexas no processo de comunicação. Embora no cotidiano das organizações em geral, ainda que nas entrelinhas, ocorra a predominância da Comunicação técnica e da busca da eficácia das mensagens e ações comunicativas (Kunsch, 2012), convém pensar que a comunicação estratégica pode ocorrer por intermédio das interações de diálogo entre a organização e seus interlocutores. Florczak (2017) afirma que os processos comunicacionais podem ser baseados na interação dialógica espontânea e/ou na interação estrategicamente gerida por um dos sujeitos: a organização. De acordo com Florczak (2017):

A comunicação se dá pelo diálogo, não pelo monólogo. Informações emitidas não estabelecem trocas conversacionais, a não ser que sejam submetidas ao processo de interação entre os interlocutores. Se o sujeito é constituído na intersubjetividade do diálogo como consciência organizada a partir do signo, principalmente linguístico, que é exterior, ideológico e social, ele se constitui frente ao outro, num jogo de contraposições enunciativas e é preciso respeitar neles a natureza de sujeitos. A organização, como um dos sujeitos organizacionais, se atualiza e se constrói discursivamente nas interações com os demais sujeitos organizacionais.

Oliveira e Paula (2011), contribuem com dois aspectos importantes para o entendimento de comunicação organizacional: a) a perspectiva de alinhamento com

os objetivos e estratégias do negócio; b) a perspectiva dos atores sociais nas decisões organizacionais. Porém, esses aspectos ainda não são unânimes. A receptividade de um projeto ou de uma estratégia de comunicação de caráter mais abrangente, baseado no diálogo e não apenas na transmissão, ainda é vista com alguma (in) segurança e/ou desconfiança em decorrência da trajetória operacional-instrumental da área de comunicação (Amorim e Oliveira, 2015).

Faz-se tão importante aqui, o papel do profissional de Relações Públicas. As Relações Públicas representam a profissão capaz de transformar essa comunicação em estratégica e gerenciá-la de forma integrada (Weber, 2009). Quando gerenciada de forma estratégica, a comunicação no contexto das organizações, como área de pesquisa e de práticas, se configura pelo diálogo, viabiliza as relações e estabelece vínculos que redefinem o mundo em transformação (Florczak, 2017).

A partir dos conceitos e abordagens estabelecidos até aqui, discutiu-se no capítulo a seguir quais são aproximações possíveis de serem feitas entre a Comunicação Organizacional e as práticas de ASG. Entende-se que a comunicação, quando gerida de forma estratégica, gera valor para as organizações. Quando utilizada sob a ótica relacional, permite o diálogo e a participação dos indivíduos que fazem parte direta e indiretamente dessa organização. No capítulo seguinte, aborda-se sobre a questão da materialidade, fator importante no demonstrativo de resultado de ASG.

3.3 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL, COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E A GERAÇÃO DE VALOR A PARTIR DA VISIBILIDADE DAS PRÁTICAS ASG

Como visto até aqui, a pandemia de Covid-19 somada ao cenário de mudanças climáticas trouxeram inquietações sociais cada vez mais difíceis de ignorar. Segundo a consultoria KPMG (2019), as empresas estão cada vez mais sujeitas a um conjunto de requisitos para relatórios não-financeiros relacionados aos fatores ASG como, por exemplo, o tratamento ético de funcionários, clientes e fornecedores, a utilização de recursos naturais e medidas de anticorrupção implementadas. Entende-se que, por vezes, um pequeno problema para as empresas pode ser uma grande causa para as comunidades às quais estão inseridas. É neste contexto que se torna importante a evidenciação e compartilhamento de informações.

De acordo com Ferrari (2009), os bens da organização também estão atrelados aos valores intangíveis. Entre os exemplos, pode-se citar a reputação, a cultura corporativa, o capital intelectual, o relacionamento com os públicos estratégicos e as práticas de ASG. Sendo assim, a divulgação de informações pode desempenhar um papel importante na legitimação das atividades da empresa que podem melhorar a imagem corporativa (Chouaibi *et al.*, 2022).

Conforme Edmans (2023), investidores, reguladores e outras partes interessadas estão exigindo cada vez mais que as empresas relatem seu desempenho em várias métricas ASG. No entanto, um dos principais desafios para pesquisadores e profissionais de investimento está em conseguir medir a qualidade intangível de ASG (Berg *et al.*, 2021).

A divulgação de ASG é o processo de comunicar a performance e as políticas voltadas ao cenário ambiental, social e de governança, adotadas pela empresa, aos seus stakeholders (Emerick, 2023a). Dentro desse processo se encontra o conceito de materialidade, que pode ser entendido como a relevância que cada empresa atribui a fatores ambientais, sociais e de governança em sua atuação (Exame, 2021).

A materialidade em ASG é um fator importante para este trabalho e que vale a consideração. De acordo com Emerick (2023b), a materialidade trata-se de um termo amplo para designar o nível de importância que uma organização atribui a aspectos ambientais, sociais e de governança. Podemos entender a materialidade como uma forma de empresas direcionarem seus esforços para questões que possuem impacto importante no sucesso do negócio (Emerick, 2023b). Algumas empresas como, por exemplo, a Braskem utilizam o conceito de materialidade relacionado às demandas determinadas por seus públicos de interesse para, dessa forma, priorizar ações ASG de forma estratégica.

Assim como discutido anteriormente, ASG não se trata de um conceito fixo, além da combinação de três fatores (ambiental, social e governança) em uma fonte de dados (empresa) (Eccles *et al.*, 2020). Por isso, não é surpresa que as classificações ASG não estejam perfeitamente correlacionadas. É legítimo ter visões diferentes sobre a qualidade dos intangíveis de uma empresa (Edmans, 2023).

Se por um lado existe a dificuldade de medir é inerente a existência da dificuldade de definir o que é uma prática ASG. Não há, portanto, uniformidade sobre as ações tomadas por empresas com embasamento em ASG devido à sua

natureza qualitativa intrínseca (Eccles *et al.*, 2020), ou seja, a materialidade depende, entre outros, do contexto e do setor no qual a empresa está inserida.

Assim como exposto, há sinergia entre órgãos governamentais e não-governamentais no mundo inteiro em busca da padronização da divulgação de informações socioambientais. No âmbito acadêmico, Costa *et al.* (2018) cita estudos internacionais que relacionam a divulgação socioambiental das companhias aos seus respectivos desempenhos, assim como estudos nacionais que associam a boa imagem em relação às práticas ambientais com o aumento da credibilidade da empresa.

A divulgação de informações nos relatórios empresariais está diretamente relacionada ao conceito de *organização comunicada* (Baldissera, 2009) abordado anteriormente. Se por um lado, a materialidade é importante para a tomada de decisão informada, gerenciamento de riscos, criação de valor compartilhado, transparência e prestação de contas, deve-se considerar que essas ações estratégicas também podem reduzir as possibilidades de participação dos diferentes públicos, gerar obstruções e, no limite, produzir blindagens para a ordem organizacional (Baldissera, 2022).

Dessa forma, a divulgação de informações faz-se ferramenta essencial para a manter a relação de diálogo e transparência entre a empresa e seus públicos de interesse. Entende-se que o objeto de estudo deste trabalho, que será detalhado no capítulo seguinte, contém informações estrategicamente escolhidas com o objetivo de apresentar a responsabilidade socioambiental da empresa frente à sociedade como um fator imprescindível para a sobrevivência dela (Costa *et al.*, 2018), bem como trazer visibilidade e retorno de legitimidade e capital simbólico (Baldissera, 2022).

4 OLHARES SOBRE A COMUNICAÇÃO DAS PRÁTICAS ASG DA BRASKEM/SA

Neste capítulo, apresenta-se o objeto de pesquisa. No entanto, antes disso, aborda-se sobre as estratégias metodológicas e técnicas adotadas para formalizar e embasar este estudo. Além disso, apresentam-se os critérios para seleção e organização do material analisado. Em seguida, introduz-se a empresa Braskem e, mais especificamente, seu posicionamento no que tange aos fatores ASG. Após, faz-se a análise para combinar as observações resultantes da aplicação dos procedimentos metodológicos com as perspectivas teóricas apresentadas até aqui e conclui-se este capítulo com uma síntese das aprendizagens obtidas.

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que diz respeito à metodologia, pode-se classificar esta pesquisa como de caráter exploratório, uma vez que tem por objetivo proporcionar uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato (Gil, 2019) e ampliar as informações sobre o assunto da pesquisa (Santaella, 2006). Na tentativa de compreender particularidades e nuances do tratamento de ASG adotadas pela Braskem, utilizou-se de técnicas características de investigações exploratórias, destacadas por Gil (2019) como o levantamento bibliográfico e documental.

A revisão bibliográfica foi utilizada para verificar o estado do conhecimento sobre ASG e embasar a discussão teoricamente. De acordo com Gil (2022), essa modalidade de pesquisa é elaborada com base em material já publicado e inclui uma ampla variedade de fontes para consulta, como impressos, livros, anais de eventos científicos, bem como o material disponível pela internet. Ainda, utilizou-se da pesquisa documental para analisar os dados fornecidos pela Braskem. A principal diferença entre a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental está na natureza das fontes (Gil, 2022). Conforme o autor, na primeira a fonte pode ser obtida em bibliotecas ou bases de dados, enquanto na segunda a fonte é a própria organização.

Dessa forma, fez-se inicialmente uma combinação entre pesquisa documental e bibliográfica para reunir informações sobre ASG e Comunicação Organizacional contidas em trabalhos acadêmicos, relatórios de empresas, dados de pesquisas e opiniões de profissionais. Além disso, esta pesquisa assume

abordagem qualitativa. De acordo com Santaella (2006), as pesquisas qualitativas são aquelas que ressaltam as significações contidas nos atos e nas práticas e baseia-se no pressuposto de que a realidade pode ser vista sob múltiplas perspectivas (Gil, 2019). Esta pesquisa tem essa característica, uma vez que visou refletir, mediante resultados divulgados pela Braskem, no ano de 2022, como a empresa comunicou formalmente suas ações relacionadas à perspectiva ASG.

Considerando os interesses desta pesquisa, em relação à parte empírica, foi realizado o movimento de análise do Relatório Integrado da Braskem de 2022 para atingir os objetivos deste trabalho. Após a descrição do objeto, detalhou-se como o estudo empírico foi conduzido a partir da técnica de análise de conteúdo. De acordo com Barros (2006), este recurso cumpre com os requisitos da sistematicidade e da confiabilidade, ou seja, aplica-se de maneira semelhante a todo conteúdo e pode ser replicado por diferentes analistas. De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo organiza-se em 3 fases: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material e 3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

No momento da pré-análise, sistematizou-se como seria feita a análise do material obtido. De acordo com Bardin (2016), é nesse momento que as ideias iniciais são sistematizadas de maneira a conduzir a um esquema preciso para o desenvolvimento das operações sucessivas. Dessa forma, escolheu-se delimitar a análise apenas aos trechos nos quais a Braskem deixa explícito em seu relatório que está tratando de resultados obtidos em 2022.

A fase de pré-análise tem por objetivo a organização (Bardin, 2016). Foi nesse momento que se realizou a leitura flutuante do relatório, sendo constatado que os resultados estavam descritos em páginas específicas do relatório, que foram descritas ao longo deste trabalho. Com o universo demarcado, constituiu-se o *corpus* desta pesquisa.

A fase seguinte foi a de exploração do material que, de acordo com Bardin (2016) consiste na codificação do material segundo as regras previamente estabelecidas. Dessa forma, elaborou-se uma tabela (Apêndice A) para realizar a análise descritiva do material e facilitar as análises. Foram codificados 151 trechos disponíveis no relatório. O processo de codificação incluiu os seguintes passos:

- a) Localizar o trecho do discurso no relatório;
- b) Incluir em qual seção do relatório o trecho se encontra;
- c) Decupar o trecho em palavras índice para facilitar a compreensão;

- d) Classificar segundo a categoria identificada na análise do discurso;
- e) Identificar qual a intenção da mensagem;
- f) Classificar segundo o pilar ASG acionado;
- g) Identificar a qual critério da matriz de materialidade da Braskem o trecho faz referência;
- h) Incluir a página para facilitar a localização;
- i) Se for o caso, identificar se houve menção de uma ação concreta realizada.

Na etapa seguinte, o tratamento dos resultados possibilitou a elaboração de três quadros — um para cada pilar ASG — organizados a partir do conteúdo encontrado nos trechos analisados. As análises foram divididas para cada aspecto ASG e além de categorizar os temas identificados, buscou-se encontrar qual a predominância da intenção da narrativa para cada agrupamento.

4.2 CONHECENDO A HISTÓRIA DA BRASKEM

A Braskem é uma multinacional brasileira que opera nos setores químico e petroquímico, oferecendo uma ampla variedade de produtos. Seu portfólio abrange desde químicos básicos, como etileno, propileno, butadieno e aromáticos, até resinas termoplásticas, como PP, PE e PVC. Conforme o site institucional da Braskem (2023a), esses insumos são amplamente utilizados por diversas indústrias dos setores como o de alimentos, de automóveis, da construção civil, de bens de consumo, da saúde e da agricultura e estão presentes no dia a dia na forma de plásticos, fibras, borracha, tintas, revestimentos e outros.

De acordo com Braskem (2023a), a linha do tempo da Braskem tem início em 1979 no estado da Bahia, quando a Odebrecht, multinacional brasileira do ramo da construção civil, iniciou suas atividades no setor petroquímico ao adquirir parte da Companhia Petroquímica de Camaçari — CPC, produtora de PVC. Passados oito anos, em 1987, surgiu a Odebrecht Química, empresa estabelecida para gerir os investimentos do grupo no setor. Nessa época, a organização já detinha participações em várias empresas, incluindo a Salgema, uma produtora de cloro e soda cáustica; Poliolefinas, especializada em polietilenos; PPH, uma fabricante de polipropileno; e Unipar, uma *holding* de empresas petroquímicas.

Em 1992, o governo brasileiro deu início ao processo de privatização do setor petroquímico e a Odebrecht tornou-se uma das principais acionistas da Central de Matérias-Primas do Polo Petroquímico do Rio Grande do Sul — Copesul. Ao longo da década de 90, a Odebrecht expandiu ainda mais sua presença no setor ao criar e adquirir o controle de outras empresas do ramo petroquímico.

Com a integração de seis empresas da Organização Odebrecht e do Grupo Mariani, surgiu em 2002 a Braskem que, hoje, é a maior produtora de resinas termoplásticas nas Américas e a maior produtora de PP nos Estados Unidos. Atualmente, emprega mais de 8 mil pessoas e possui 40 unidades industriais, 14 escritórios e 6 Centros de Inovação em todo o mundo. Neste mesmo ano, a Braskem divulgou seu Compromisso Público, baseado em princípios de desenvolvimento sustentável, gestão responsável e transparência de ações. Além disso, teve suas ações listadas nas Bolsas de Valores de São Paulo — Bovespa e Nova York — Nyse.

Devido ao seu comprometimento com a sustentabilidade empresarial e atuação socioambiental, a Braskem passou a integrar o ISE da Bovespa em 2005. Nos anos seguintes, a Braskem lançou produtos inovadores, como o polietileno verde (ou plástico verde), resina plástica fabricada a partir do etanol da cana-de-açúcar. Lançou também o selo “I’m green”™, que era aplicado em produtos plásticos que apresentavam em sua composição o plástico verde da Braskem.

Seguindo o seu compromisso público firmado anteriormente, em 2013 a Braskem passou a integrar a 1ª carteira do índice Dow Jones de Sustentabilidade para países emergentes. Foi também a 1ª representante da indústria brasileira a participar da “lista A” do CDP, em 2016, como empresa como uma das empresas com melhores práticas contra as mudanças do clima. No ano seguinte, ingressou no ranking de engajamento de fornecedores do CDP Supply Chain. A Braskem tornou-se uma das 29 em todo mundo, entre mais de 3.300 empresas avaliadas, a fazer parte do ranking do CDP como uma das empresas que melhor engajam seus fornecedores (Braskem, 2023a).

Recentemente, a Braskem renovou sua estratégia de desenvolvimento sustentável, alinhando-se à Agenda 2030 da ONU, que abrange os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Este movimento corrobora o posicionamento da empresa em concentrar ações nos aspectos de ASG, com especial atenção para mudanças climáticas, economia circular, responsabilidade social e direitos humanos.

Para apoiar esses esforços, a Braskem estabeleceu um Conselho Consultivo de Sustentabilidade, composto por quatro membros externos e independentes, especializados em ASG. Durante o ano de 2021, a empresa apresentou os resultados dessas iniciativas, alcançando 17% das metas estabelecidas para 2030.

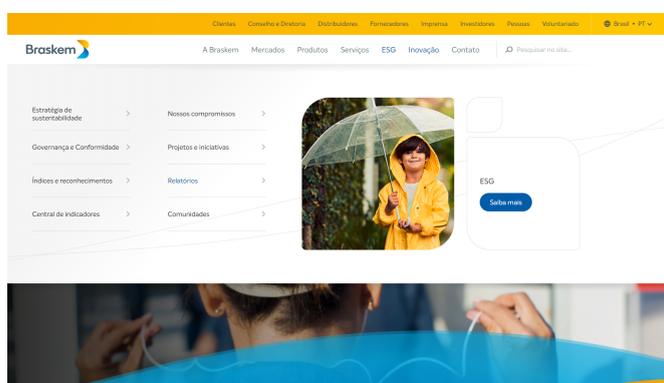
A Braskem divulga seus resultados por meio de relatórios anuais desde 2013. Porém, foi em 2021 que publicou o seu primeiro Relatório Integrado, unificando as informações do Relatório Anual de Sustentabilidade e do Relatório Integrado em um único documento, em conformidade com padrões internacionalmente reconhecidos, com o GRI, SASB²⁸ e IIRC²⁹, compartilhando as principais informações relacionadas à temática ASG e aos resultados econômicos financeiros.

Segundo o site institucional, em números, a Braskem tem uma capacidade de produção de mais de 10,7 milhões de toneladas de químicos e mais de 9,3 milhões de toneladas de resinas termoplásticas. No ano de 2021, a receita líquida da Braskem ultrapassou os 19,6 bilhões de dólares.

4.2.1 O Relatório Integrado de 2022

A divulgação de resultados é feita pela Braskem através do seu Relatório Integrado. Disponibilizado anualmente no site da empresa, o relatório é elaborado com base nos padrões que reúnem indicadores GRI e SASB que considera relevantes para seus públicos (Braskem, 2023b). O relatório pode ser encontrado na seção “ESG” do site, na aba “Relatórios” conforme Figura 4:

Figura 4 - Interface do site da Braskem



Fonte: reprodução do site da Braskem (2023a).

²⁸Empresa que possui padrões que auxiliam as empresas a divulgar informações relevantes sobre sustentabilidade a seus investidores. (SASB, 2023)

²⁹coalizão global de reguladores, investidores, empresas, definidores de padrões, profissionais do setor contábil e ONGs (IIRC, 2014)

A Braskem tem os relatórios publicados em seu site desde 2013. Nos últimos 3 anos mudou o formato de Relatório Anual para Relatório Integrado, ou seja, deixou de concentrar-se apenas em dados financeiros e de mercado, riscos, estrutura corporativa e governança, e passou a relatar também outros elementos, como sustentabilidade ambiental e social (Dearnell, 2022).

O Relatório Integrado da Braskem de 2022 possui 112 páginas e está dividido de forma a divulgar os resultados que a empresa obteve a partir da sua estratégia de negócio implementada durante aquele ano. Na Figura 5 é possível visualizar o sumário do relatório que deixa clara a forma com que o documento foi organizado.

Figura 5 - Sumário do Relatório Integrado de 2022 da Braskem

Sumário	
Mensagem do líder de negócio	3
Mensagem do presidente do Conselho de Administração	6
Destaques de 2022	8
A Braskem	9
Nossa cadeia de valor	11
Nossos produtos	12
Estratégia da companhia	13
Estratégia de criação de valor	14
Modelo de negócio	15
Ecossistema	16
Intelius: gestão global de performance	17
Nossa jornada em sustentabilidade	18
Matriz de materialidade	19
Compromissos para o desenvolvimento sustentável	20
Governança, ética e conformidade	26
Estrutura de governança	27
Sistema de conformidade	29
Conduta ética	31
Gestão de riscos	32
Performance de Capitais	34
Capital Humano	35
Capital Social e de Relacionamento	43
Capital Financeiro	54
Capital Natural	57
Capital Manufaturado	74
Capital Intelectual	79
Sobre este Relatório	84
Sumário de conteúdo SASB	86
Sumário de conteúdo GRI	89
Carta de Asseguração	110

Fonte: reprodução do relatório da Braskem (2023b).

Durante a leitura do documento, foi possível coletar dados sobre a história da empresa e aprofundar sobre a estratégia de negócio da Braskem. Na página 19 do relatório, a Braskem disponibiliza o resultado de um estudo feito para identificar a sua matriz de materialidade. Relatada pela Braskem como uma ferramenta

fundamental para a construção de seus compromissos de longo prazo (Braskem, 2023b), a matriz de materialidade é um instrumento utilizado para identificar e priorizar as questões mais importantes para uma empresa e seus públicos de interesse.

Por se tratar de um elemento norteador para a Braskem, utilizou-se da matriz de materialidade oferecida no relatório para fazer relações com os resultados das análises obtidos neste trabalho. Composta por 22 temas estratégicos, a matriz de materialidade relaciona a relevância que os temas possuem para suas partes interessadas com a relevância que possuem para a Braskem.

Figura 6 - Matriz de materialidade da Braskem



Fonte: reprodução do relatório da Braskem (2023b).

Os temas na cor verde representam as ambições estratégicas relacionadas ao pilar ambiental. São elas: 1. Biodiversidade e uso da terra; 2. Mudanças

climáticas; 3. Plásticos pós-consumo; 4. Poluição do ar; 5. Eficiência energética; 6. Gestão de resíduos; 7. Gestão de água e efluentes; e, 8. Impactos da matéria-prima.

O pilar social é representado pelos temas na cor azul-claro. São eles: 9. Diversidade, equidade e inclusão; 10. Comunidades e investimentos sociais; 11. Saúde, segurança e bem-estar; 12. Direitos humanos e 13. Emprego, desenvolvimento e retenção.

Os temas seguintes dizem respeito ao âmbito econômico e não foram analisados neste trabalho, porém é importante ressaltar que mesmo não fazendo parte da perspectiva estudada, as ambições descritas nessa categoria relacionam-se a um ou mais aspectos do ASG. A título de curiosidade, os critérios correspondentes a esta categoria são representados pela cor azul-marinho e são: 14. Produção e consumo responsáveis; 15. Inovação, tecnologia e digitalização; 16. Performance econômica e financeira; 17. Gestão de produtos; 18. Gestão de fornecedores e 19. Infraestrutura e cidades sustentáveis.

Por fim, o pilar da governança é constituído por critérios representados na cor laranja. São eles: 20. Gerenciamento de riscos e oportunidades; 21. Gerenciamento de relacionamento com partes interessadas e 22. Governança, ética e conformidade.

O Relatório Integrado da Braskem foi a única fonte de coleta de dados para a análise do discurso. Seguiu-se com a leitura flutuante, mencionada por Bardin (2016), para identificar os trechos do relatório que continham a divulgação de resultados. No próximo item foi descrito como foi realizada a coleta e organização dos dados do relatório.

4.3 ANÁLISE E APRENDIZADOS

Neste item descrevem-se os dados quantitativos obtidos a partir das análises do Relatório Integrado da Braskem de 2022. Logo após, detalham-se as categorias classificadas, qualitativamente, sobre os temas apreendidos no discurso de divulgação de resultados da Braskem. Como complemento às análises, utilizou-se de exemplos de trechos do relatório, bem como dados obtidos no portal da Braskem que adicionam para a compreensão dos assuntos centrais destacados na análise.

Assim como informado, a análise foi feita a partir do Relatório Integrado de 2022 disponibilizado pela Braskem em seu site. O relatório é composto por 12

seções que abordam a história da empresa, estratégias da companhia, resultados obtidos e metodologias utilizadas para sua construção. Tendo em vista o objetivo de compreender os sentidos acionados pela Braskem na comunicação de intenções, desafios e resultados relacionado à ASG, entendeu-se como suficiente analisar os trechos do relatório que continham evidências de resultados concretizados em 2022, que foram mantidos de anos anteriores ou que são planejados para o futuro.

Dessa forma, os trechos foram coletados da seção “Governança, Ética e Conformidade” (páginas 26 a 31) e da seção “Performance de Capitais” (páginas 34 a 83). Em suma, foram analisadas 56 páginas e encontrados 151 trechos que correspondiam aos requisitos para análise, formando assim o *corpus* da pesquisa. A partir da metodologia de análise de conteúdos, criaram-se categorias de acionamento de sentido diferentes para cada pilar ASG destacado pela Braskem. Com isso, obteve-se três quadros — uma para cada aspecto ASG — que indicam as categorias e às quais os trechos encaixam-se, o núcleo de acionamento de sentidos aferido, sobre qual materialidade descrita pela Braskem se encaixam e a intenção do discurso.

Tabela 1 - Análise quantitativa dos trechos coletados

Pilar ASG	Volume de trechos	Intenção do discurso		
		Adotou	Manteve	Planeja
Ambiental	59 (39%)	26	10	23
Social	64 (42%)	37	16	11
Governança	28 (19%)	18	7	3

Fonte: elaborado pelo autor.

A intenção das narrativas foi classificada a partir da leitura e reconhecimento de elementos nos trechos analisados que permitiram classificá-los como em caráter de a. “Adotou” para resultados de ações concluídas e mensuradas; b. “Manteve” para ações iniciadas antes de 2022 ou que apresentam resultados contínuos e c. “Planeja” para a descrição de ações com resultados esperados para o futuro. Dessa forma, foi possível relacionar cada categoria com o seu nível de implementação a partir do discurso da Braskem.

A seguir apresenta-se a descrição das categorias classificadas durante a análise deste estudo para cada pilar ASG. Utilizaram-se também exemplos de trechos do relatório com o objetivo de ilustrar sobre os núcleos de acionamento identificados durante o estudo. Nas descrições, apresentou-se em qual âmbito estão as ações descritas pela Braskem para cada pilar com o objetivo de entender a intenção do discurso utilizado e sua relação com a matriz de materialidades (Figura 6) construída pela empresa.

4.3.1 Categorias do pilar ambiental

Para o pilar ambiental, foram classificadas sete categorias relacionadas a matriz de materialidades utilizada pela Braskem. São elas: 1. “Economia circular”, 2. “Emissões de gases do efeito estufa” 3. “Projetos de sustentabilidade e energias renováveis”, 4. “Iniciativas para gestão sustentável da água”, 5. “Gestão de resíduos e reciclagem”, 6. “Iniciativas de educação e conscientização ambiental” e 7. “Acordos socioambientais e políticas públicas”. O Quadro 5 descreve cada uma das subcategorias associadas a cada categoria, bem como os núcleos de acionamento encontrados.

Quadro 5 - Categorização dos trechos do relatório correspondentes ao pilar Ambiental

Categoria	Núcleo de acionamento	Materialidade	Situação
Economia circular	Compromisso claro e abrangente com a economia circular e a redução do impacto ambiental causado pelos plásticos.	Plásticos pós-consumo	Adotou (7) Planeja (7)
Emissões de gases do efeito estufa	Transparência na gestão, contabilização e publicação das emissões de gases do efeito estufa, além da adoção de controles operacionais para redução e verificação de inventários.	Poluição do ar	Adotou (6) Manteve (4) Planeja (1)
Projetos de sustentabilidade e energias renováveis	Esforço contínuo para a redução do impacto ambiental e busca pelo protagonismo na transição energética no setor químico e petroquímico.	Eficiência energética Mudanças climáticas	Adotou (4) Manteve (3) Planeja (4)
Iniciativas para gestão sustentável	Confirmação da preocupação e responsabilidade ambiental com foco	Gestão de água e efluentes	Adotou (2)

da água	na busca por segurança hídrica e por soluções inovadoras e sustentáveis para a suas operações.		Manteve (1) Planeja (4)
Gestão de resíduos e reciclagem	Ações relacionadas ao descarte e reciclagem de plásticos e às medidas para retornar resíduos ao local adequado, investimentos em centros de coleta, mutirões de limpeza e parcerias para reciclagem.	Gestão de resíduos Plásticos pós-consumo	Adotou (3) Manteve (1) Planeja (2)
Iniciativas de educação e conscientização ambiental	Preocupação com o descarte do plástico, reconhecimento das questões associadas ao descarte incorreto e importância da promoção de educação ambiental.	Gestão de resíduos Plásticos pós-consumo	Adotou (4) Planeja (1)
Acordos socioambientais e políticas públicas	Necessidade de avaliação de impactos e compromisso na busca por planos de ação e alinhamento com autoridades para o correto cumprimento.	Impactos da matéria-prima Gestão de resíduos	Manteve (1) Planeja (4)

Fonte: elaborado pelo autor.

A primeira categoria foi “Economia circular” e corresponde a 14 trechos identificados na análise. Essa categoria possui a maior representatividade no pilar ambiental, categorizada em 24% dos trechos analisados. A economia circular ocorre quando se faz possível a captura do valor dos resíduos, reinserindo-os novamente na economia como novos produtos (Braskem, 2023a). A seguir é possível verificar exemplos dos trechos analisados:

a) *Assim, cada vez mais empenhada em fortalecer e alcançar a economia circular, lançamos o Wenew, novo ecossistema de circularidade da empresa que inclui o portfólio de produtos circulares (resinas e químicos), bem como frentes de educação ambiental e descarte adequado, desenvolvimento de tecnologias e design circular. (117)*

b) *Também realizamos um investimento de capital para adquirir a participação minoritária da Nexus Circular, empresa que atua em reciclagem química. O projeto de tecnologia proprietária converte filmes destinados a aterros sanitários e outros plásticos difíceis de reciclar em matérias-primas de alta qualidade. O acordo de dez anos anunciado pelas duas empresas considera o fornecimento de matérias-primas para a produção de resinas PP circulares certificadas pela Braskem. (127)*

c) *Em 2022, a Braskem nos Estados Unidos anunciou uma novidade que contribui para os compromissos da empresa com a economia circular. Trata-se da expansão do portfólio de polímeros, que passa a contar com dois novos grades de polipropileno (PP) com conteúdo reciclado pós-consumo (PCR). As soluções são utilizadas em uma ampla gama de aplicações de contato com alimentos da U.S. Food and Drug Administration (FDA), incluindo embalagens de consumo, tampas e utilidades domésticas. Com o lançamento, queremos ajudar nossos clientes a cumprir suas metas*

de conteúdo reciclado no mercado de contato com alimentos da FDA, que, atualmente, possui limitadas soluções de PCR. (118)

Nos trechos analisados, é possível identificar a intenção de afirmar o compromisso da Braskem com a economia circular e o empenho em buscar por soluções que diminuam o impacto ambiental causado pelos plásticos. Dos 14 trechos identificados, sete correspondem a ações concluídas e os outros sete são ações que visam resultados no futuro. É possível entender que o tema economia circular possui relevância para a empresa, mas ainda é relativamente novo em comparação a outros assuntos.

A segunda categoria foi “Emissões de gases do efeito estufa”, identificada em 11 trechos do relatório. Sabe-se que a Braskem ainda utiliza a queima de combustíveis fósseis como fonte de energia e matéria-prima para seus processos de produção. Nessa categoria foram classificados os trechos nos quais a Braskem aborda resultados referentes a “Poluição do ar” presente em sua matriz de materialidades.

a) *“Em 2022, realizamos o mapeamento de projetos potenciais para atingimento desses compromissos por meio do desenvolvimento de uma Curva de Custo de Abatimento Marginal (Curva MAC) de emissões de GEE.” (90)*

b) *“Em 2022, revisamos o processo de gestão das emissões de gases de efeito estufa, iniciativa fundamental para consolidar e trazer mais assertividade para o inventário corporativo. Durante a escuta e o entendimento do novo processo, identificamos três principais frentes para o inventário como ferramenta unificada corporativa de gestão de emissões de GEE: monitoramento quantitativo das metas de redução de emissões corporativas com o time Industrial; monitoramento mensal das emissões das plantas para entender o impacto das tomadas de decisões em “tempo real”; e para a realização de previsões futuras de emissões (forecast) das nossas operações considerando potenciais projetos futuros.” (97)*

c) *“Em 2022, recebemos a classificação ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHG) pela 12ª vez consecutiva. Isso é resultado da cobertura das emissões (escopos 1, 2 e 3) e da verificação de terceira parte acreditada no inventário de 2021. No CDP Clima, fomos pontuados com a nota B.” (98)*

A partir da análise de discurso dessa categoria foi possível identificar a intenção da Braskem de demonstrar transparência na gestão e no controle das emissões de gases do efeito estufa provenientes de sua operação. A empresa publica dados e compartilha as ações de controle operacional e verificação dos inventários de volume de gases emitidos. Nesta categoria, mais de 90% dos trechos apresentaram a descrição de resultados concluídos em 2022 (6) ou que são frutos

de ações contínuas da Braskem (4).

Assim como a anterior, a categoria “Projetos de sustentabilidade e energias renováveis” é composta por 11 trechos utilizados no discurso da Braskem que contemplam os itens “Eficiência energética” e “Mudanças climáticas” presentes na matriz de materialidade. A seguir. Pode-se conferir os exemplos:

a) *Em 2022, demos início à fase de cogeração, que gerou uma redução de aproximadamente 35 kt CO₂e/ano devido ao uso de eletricidade e gás natural. Para 2023, pre vemos a conclusão do projeto e uma redução estimada em cerca de 100 kt CO₂e/ano, além de ganhos estimados na eficiência energética (7,3%) e no consumo de água (11%). (103)*

b) *“Lançamos, em outubro de 2022, a Voqen — nova empresa da Braskem com um dos focos na transição energética em nosso setor. A Voqen já administra um portfólio de mais de R\$ 3 bilhões por ano, vai nos ajudar no processo de transição energética e oferecer suporte para toda a cadeia química e petroquímica. Vamos oferecer aos nossos clientes e parceiros todo o conhecimento dos mercados de energia e gás que reunimos ao longo dos anos, assim como soluções customizadas de energia renovável e novos modelos de negócios.” (106)*

c) *“Além disso, a redução de 31,26% também é reflexo dos contratos de aquisição de energia renovável e limpa no Brasil, Alemanha e Estados Unidos, estratégia em implementação desde 2018 e que já vem trazendo resultados importantes no inventário.” (95)*

Nos trechos dessa categoria foi possível identificar as medidas contínuas adotadas pela Braskem que expressam o esforço dedicado na redução do impacto ambiental resultante de sua operação. Nos 11 trechos analisados, a empresa busca a legitimação de seu posicionamento por meio de demonstrativos numéricos de resultados já obtidos (4), assim como demonstra o planejamento de resultados futuros (4) na busca pelo protagonismo na transição energética no setor químico e petroquímico.

A próxima categoria está relacionada à materialidade descrita como “Gestão de água e efluentes” e apresenta sete trechos classificados como “Iniciativas para gestão sustentável da água”. Nesta categoria, estão os trechos analisados que dizem respeito a como a Braskem cita seus resultados relacionados aos recursos hídricos que utiliza.

a) *“Concluimos a reavaliação técnica dos indicadores e conceitos relacionados à água, com base nas mais recentes atualizações das referências internacionais reconhecidas, tais como WRI, GRI, CDP, CEO Mandate, entre outras. Um dos principais pontos de revisão é a*

padronização do conceito de água segura, que já foi atualizado para apuração do Indicador de segurança hídrica de 2022. Essa revisão nos permitirá percorrer um caminho alinhado com o nosso compromisso para 2030.” (113)

b) “estamos avaliando alternativas de reúso e dessalinização da água do mar para as duas unidades industriais. Para apoiar o processo de escolha do projeto, desenvolvemos uma metodologia com uma consultoria externa, com critérios que serão considerados para definir a proposta vencedora. O processo de deve ser concluído em 2023.” (115)

c) Em 2022, apresentamos o diagnóstico do projeto em evento da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), sobre Diálogos da Cultura Oceânica; realizamos pesquisa, com a Confederação Nacional dos Municípios, sobre ecobarreiras e ecoboats; e evoluímos com a coleta de Amostras, por meio do Instituto de Oceanografia da Universidade de São Paulo (USP), para construir o primeiro inventário nacional de tipos de resíduos que vão para o mar, considerando cidades prioritárias.” (138)

A partir da categorização dos trechos dessa categoria foi possível verificar a reafirmação da preocupação e responsabilidade ambiental da Braskem e o foco na busca por segurança hídrica e por soluções inovadoras e sustentáveis para a suas operações. A empresa utiliza a descrição de metas para 2030, que pode ser verificado em 57% (4) dos trechos analisados, e demonstra o empenho para manter os seus indicadores atualizados e padronizados.

Na quinta categoria, classificada como “Gestão de resíduos e reciclagem”, engloba-se seis trechos encontrados no relatório da Braskem. Os trechos analisados nessa categoria respondem às materialidades descritas pela Braskem como “Gestão de resíduos” e “Plásticos pós-consumo”. A seguir os exemplos:

a) “No fim de 2022, com outros membros do Conselho Internacional de Associações de Produtos Químicos (ICCA), participamos da primeira rodada de negociações que buscam alcançar um acordo global com o intuito de eliminar a poluição por resíduos plásticos. Essa rodada foi a primeira de uma série de agendas que devem seguir até 2024 para trazer uma proposta global abrangendo todos os stakeholders dessa cadeia.” (85)

b) “Também somos patrocinadores das ações de sustentabilidade do Museu de Arte de São Paulo (Masp). Nessa parceria incentivamos o museu a realizar melhorias em sua gestão de resíduos. Nos primeiros seis meses de parceria foram retiradas do museu mais de 10 toneladas de material reciclável, que foi encaminhado para uma cooperativa para que possa ser destinado à reciclagem.” (132)

c) “No ano, financiamos por meio de investimento social privado um novo centro de coleta de resíduos para que os residentes pudessem reciclar utensílios domésticos comuns, fornecendo acesso à reciclagem. Além disso, dentro do Programa de Voluntariado, fizemos uma parceria com a Keep PA

Beautiful e o Marcus Hook Borough para realizar um mutirão de limpeza e nos concentramos em áreas próximas ao riacho Marcus Hook para retirar os resíduos plásticos do ambiente natural.” (54)

Essa categoria corresponde às ações destacadas pela Braskem que dizem respeito ao descarte correto e reciclagem de plásticos. Os trechos analisados misturam ações concretizadas (3) e que ainda trarão resultados no futuro (2), sendo exemplificadas por meio de investimentos em centros de coleta, mutirões de limpeza e parcerias para reciclagem que ocorreram em 2022.

A próxima categoria possui relação próxima com a anterior e ocorre como meio que permite a sua difusão. Encontrou-se quatro trechos no relatório, que foram classificados como “Iniciativas de educação e conscientização ambiental” e dizem respeito a como a Braskem promove a educação ambiental dentro e fora da empresa.

a) *“Em 2022, as assinamos e operamos com três empresas desse segmento, em que as pessoas trocam suas embalagens pós-consumo higienizadas por créditos disponibilizados em um cartão, fornecido diretamente nos pontos de coleta (fixos e móveis). As unidades aceitam materiais feitos de plásticos, vidro, papel, papelão, alumínio, entre outros. Com o cartão é possível fazer compras em estabelecimentos locais, como mercados, farmácias e padarias.” (129)*

b) *“Em 2022, nos unimos ao Ibirapuera com o projeto Lixo Zero Braskem para contribuir com a meta de torná-lo o parque mais sustentável da América Latina, o tornando aterro zero até 2030. O objetivo é conscientizar os mais de 18 milhões de visitantes a fazerem o descarte correto, aprimorar o gerenciamento de resíduos no parque e otimizar a reciclagem, por meio de lixeiras sinalizadas e de troca de resíduo por descontos nos produtos vendidos no parque.” (131)*

c) *“Em 2022, levamos nosso compromisso com o desenvolvimento sustentável e a economia circular para três grandes eventos: Rock In Rio, Lollapalooza e Popload Festival. Essas ações consistiam em estações de coleta de resíduos plásticos onde os participantes podiam trocar itens recicláveis por diversos brindes.” (133)*

Os trechos dessa categoria possuem a característica de reforçar a preocupação da Braskem com o descarte do plástico. Composta majoritariamente por ações concluídas em 2022 (4), a Braskem elenca parcerias e o envolvimento em grandes eventos para promover projetos associados ao descarte correto e à conscientização sobre o plástico.

A última categoria identificada na análise foi “Acordos socioambientais e políticas públicas”. Os cinco trechos coletados no relatório fazem menção aos planos que a Braskem possui para atender às materialidades de “Impactos da

matéria-prima” e “Gestão de resíduos”. A seguir exemplos de trechos analisados:

a) *“Como parte integrante da agenda de transformação e do futuro encaminhamento das áreas desocupadas, foram iniciadas, em janeiro de 2022, as obras do Projeto de Estabilização e Drenagem da Encosta do Mutange, cujo escopo engloba atividades de demolição, terraplenagem, construção de sistema de drenagem e plantio de cobertura vegetal na área envolvida, com conclusão prevista até o fim de 2023.” (66)*

b) *“Para isso, anunciamos em 2021 a expansão da capacidade atual de eteno verde no polo petroquímico de Triunfo, no Rio Grande do Sul (Brasil) de 200 kt/ano para 260 kt/ano, com um investimento estimado de US\$ 87 milhões, que tem nova previsão de início de operação no primeiro semestre de 2023. Conforme o esperado para 2022, também seguimos estudando a viabilidade de expandir a produção de eteno verde para a Tailândia, em parceria com a SCG Chemicals — ao longo de 2023 espera-se o atingimento de marcos do projeto como a aprovação de investimento.” (108)*

c) *“Também estamos envolvidos nas discussões para a construção de políticas públicas voltadas a regular o manejo de resíduos plásticos, em especial no Brasil e na Europa, que nos apoiarão a superar os desafios na cadeia de reciclagem.” (86)*

Dos cinco trechos analisados, quatro indicam ações que visam obter resultados no futuro. A análise do discurso nesses trechos permitiu reconhecer o posicionamento da Braskem frente a necessidade de atuação, em conjunto com o poder público, na avaliação de impactos ambientais socioambientais provenientes de sua operação. A empresa justifica a necessidade de criação de planos de ação para o cumprimento de acordos firmados em parceria com as autoridades dos locais em que atua.

Durante a análise das categorias, foi possível identificar características que permeiam um ou mais trechos do relatório, mas que não se encaixam diretamente no espectro ASG. Por exemplo, a demonstração do foco da Braskem em encontrar soluções inovadoras para o uso de recursos naturais, eficiência energética, reciclagem e reutilização de matéria-prima com o objetivo de enfrentar os desafios da sustentabilidade. As menções a prêmios e reconhecimentos obtidos em 2022 também são parte da estratégia da Braskem para legitimar seu compromisso com estratégias sustentáveis através da validação externa de suas iniciativas.

Em suma, a análise das narrativas da Braskem revela a estratégia de comunicação consistente no que tange o pilar ambiental. O destaque dado às ações, metas e parcerias firmadas em 2022 para abordar os desafios relacionados ao

plástico, corroboram seu compromisso com a sustentabilidade. Durante o relatório, a Braskem traz ênfase para ações concretas que produziram resultados mensuráveis que evidenciam a sua atuação sobre o pilar ambiental.

4.3.2 Categorias do pilar social

Para o pilar Social foram identificadas cinco categorias correspondidas pela matriz de materialidades da Braskem (Figura 6). São elas: 1. “Presença nas comunidades”, 2. “Apoio nas comunidades”, 3. “Ações de engajamento”, 4. “Programas de promoção de DE&I³⁰”. As categorias foram organizadas segundas dos seus respectivos núcleos de acionamento e materialidade da Braskem. O Quadro 6 a seguir descreve as categorização realizada:

Quadro 6 - Categorização dos trechos do relatório correspondentes ao pilar Social

Categoria	Núcleo de acionamento	Materialidade	Situação
Presença nas comunidades	Ênfase na prática do diálogo e na participação das comunidades no entorno de suas operações, por meio de conselhos comunitários consultivos e programas de integração. Além da execução de pesquisas de percepção para ouvir e entender as necessidades das comunidades.	Comunidades e investimentos sociais	Adotou (6) Manteve (9) Planeja (4)
Ações de engajamento	Importância da segurança e saúde ocupacional de seus integrantes e terceiros, com menção a programas específicos para lidar com riscos e acidentes de trabalho.	Saúde, segurança e bem-estar	Adotou (9) Manteve (5) Planeja (4)
Programas de promoção em DE&I	Promoção de ações voltadas à diversidade, equidade e inclusão em suas operações. Inclui-se aqui ações para aumentar a participação de mulheres na liderança e a representatividade de grupos minorizados, como negros e pessoas com deficiência.	Diversidade, equidade e inclusão	Adotou (11) Manteve (1) Planeja (2)
Apoio nas comunidades	Realização de ações de doações emergenciais e programas de voluntariado para apoiar as comunidades.	Comunidades e investimentos sociais	Adotou (7)
Mapeamentos e gestão de riscos	Esforços para a garantia de um ambiente de trabalho seguro, diverso,	Direitos humanos	Adotou (4)

³⁰ Utilizado, pelo autor, como acrônimo para as palavras Diversidade, Equidade e Inclusão.

	inclusivo e que promova oportunidades de crescimento e desenvolvimento para todas as pessoas que fazem parte da companhia, considerando o bem-estar físico e mental dos profissionais por meio de ações de monitoramento.	Saúde, segurança e bem-estar Diversidade, equidade e inclusão	Manteve (1) Planeja (1)
--	---	--	--------------------------------

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A categoria “Presença nas comunidades” abarca os trechos nos quais a Braskem traz ênfase para a sua atuação no relacionamento e no desenvolvimento local das comunidades do entorno de suas operações. Nos trechos analisados, a empresa destaca ações que objetivam dialogar e estimular a participação de membros da comunidade em iniciativas que cooperam com seus objetivos. A seguir alguns exemplos³¹ de publicações desta subcategoria:

a) *“Mantemos aberto o diálogo com todas as comunidades localizadas no entorno de nossas operações, por meio da participação nos Conselhos Comunitários Consultivos (CCC)(1), dos canais de comunicação diretamente ligados às unidades industriais e do Linha de Ética, bem como via associações de empresas dos polos petroquímicos onde atuamos.” (48)*

b) *“Em 2022 realizamos no Brasil uma pesquisa com o apoio do Instituto Datafolha. O objetivo era trazer informações importantes sobre as comunidades do entorno das operações da Braskem, como perfil, características, hábitos e percepções, principalmente em relação à imagem da Braskem e sobre temas importantes para formatação da atuação social da empresa nas regionais.” (50)*

c) *“Uma das nossas unidades nos Estados Unidos está localizada próxima de uma área residencial, em Marcus Hook, Estado da Pensilvânia. Durante 2022, participamos de cinco reuniões do Comitê Consultivo Ambiental de Marcus Hook e mantivemos um relacionamento ativo com representantes locais para garantir que estamos ajudando a atender às necessidades e expectativas da comunidade.” (53)*

A primeira categoria engloba 19 trechos do relatório que fazem menção ao relacionamento da Braskem nas comunidades em que atua. Essa é a categoria mais representativa dentro deste pilar e corresponde a 30% dos acionamentos que envolvem o fator social. A categoria “Presença nas comunidades” utiliza a menção de ações concretas, tendo em vista que a maioria dos trechos apresenta resultados de ações que já foram concluídas (6 adotou) ou que são frutos de iniciativas do

³¹ Os exemplos de publicações são referenciados a partir do número correspondente ao da planilha de descrição analítica (apêndice A) e foram transcritos na íntegra.

passado (9 manteve). É possível verificar, mediante dados oferecidos, a relevância desse tema para a Braskem e a importância dada ao desenvolvimento social nas regiões em que atua.

A segunda categoria identificada foi “Ações de engajamento” composta por 18 trechos destacados do relatório. Essa categoria engloba os enunciados da Braskem que dizem respeito às ações de cuidados voltados, especialmente, para os empregados. Com a representatividade de 28% dos resultados apresentados sobre o pilar social, o discurso da Braskem pode ser exemplificado a seguir:

a) *“A taxa global de acidentes com e sem afastamento (CAF + SAF) da Braskem em 2022 foi de 0,85 por milhão de horas trabalhadas, o que corresponde a um decréscimo de 1% em relação à taxa de 2021.” (21)*

b) *“Outro destaque é o Programa Cuidando da Gente, criado durante a pandemia da Covid-19 para acolher nossos integrantes e promover um ambiente de trabalho cada vez mais humano e colaborativo, com base em quatro pilares: bem-estar mental, social, apoio às novas formas de trabalhar e aprimoramento profissional. Em 2022, o programa realizou 11 lives e produziu um vídeo, que foram assistidos por 5.171 participantes. E, para ampliar o alcance das ações de saúde mental, oferecemos quatro lives aos sábados para as equipes que trabalham em regime de turno.” (29)*

c) *“Pensando em avaliar os resultados de nossas ações e práticas de trabalho, criamos, em 2020, o Termômetro do Bem-estar. A pesquisa é realizada duas vezes ao ano e mede a percepção dos nossos integrantes em relação à sua experiência na Braskem, bem-estar e engajamento, servindo ainda como suporte para a elaboração de novos planos de ação. Entre as principais percepções em 2022 estão o orgulho de pertencer e o reconhecimento da flexibilidade como fator essencial para o equilíbrio e bem-estar na adaptação às novas formas de trabalho.” (32)*

O principal acionamento de sentido encontrado nesta subcategoria é o reforço da importância que o tema segurança, saúde e bem-estar possui para a Braskem. Entende-se que, por se tratar de um ramo da indústria propenso a ocorrência de acidentes que podem causar graves sequelas sociais e ambientais, os esforços da empresa são direcionados para o engajamento dos seus empregados nas ações de cuidado e prevenção. A relevância do tema pode ser observada sob a ótica que dos 18 trechos analisados, nove foram descritos como resultados obtidos e outros cinco como resultados de ações contínuas da Braskem.

A terceira categoria analisada é destacada na matriz de materialidade da Braskem como “Diversidade, equidade e inclusão”. Essa categoria é composta por 15 trechos do relatório que mencionam a atuação da empresa na promoção de

ações voltadas ao tema DE&I. A categoria identificada na análise foi denominada “Programas de promoção em DE&I” e a seguir estão exemplos do relatório:

a) *“Para 2030, nosso compromisso é aumentar a participação de mulheres líderes globalmente para 40% e integrantes negros no Brasil e nos Estados Unidos para 37%.” (34)*

b) *“Um dos nossos esforços para avançar nesse tema é aumentar a representatividade dos grupos minorizados. No pilar de raça e etnia, no ano de 2022, globalmente passamos de 30% de integrantes negros para 33%. Conquistamos esse resultado por meio de diversas iniciativas, tais como processos seletivos mais inclusivos, implementação de metas, vagas afirmativas, conscientização das lideranças e integrantes, censo racial, entre outros.” (36)*

c) *“Em continuidade às capacitações da alta liderança sobre as frentes de DE&I no Brasil, implementamos sessões individuais de mentoria com vice-presidentes e com o chief executive officer (CEO), além treinamentos para toda a Diretoria da equipe responsável por pessoas e pela cultura organizacional. Ao longo do ano, mais de 4.700 pessoas participaram de lives, treinamentos e workshops nos temas relacionados à diversidade, equidade e inclusão.” (38)*

A partir dos 15 trechos analisados, foi possível identificar a intenção de comunicar os esforços da Braskem para promover ações voltadas à representatividade de gênero, raça e a inclusão de pessoas com deficiência no ambiente de trabalho. Nesta subcategoria, foi possível verificar que a empresa já possui certa maturidade sobre o assunto DE&I uma vez que 73% dos trechos (11) indicam ações concluídas ao longo de 2022.

A outra categoria identificada é chamada “Apoio nas comunidades” e engloba os trechos nos quais a Braskem destaca as ações concretas de benefício às comunidades. Entre as iniciativas mencionadas pela empresa, pode-se citar as que foram realizadas por meio de doações e do apoio de integrantes no seu Programa de Voluntariado institucional.

a) *“Em 2022, realizamos 153 ações sociais que beneficiaram mais de 610 mil pessoas globalmente, incluindo ISPs, doações, campanhas emergenciais e voluntariado. Foram investidos mais de R\$ 33 milhões.” (46)*

b) *“Também realizamos doações para combater a situação de fome e vulnerabilidade decorrentes da pandemia. Realizamos duas iniciativas: a doação voluntária de integrantes, em que a Braskem quintuplicou o valor doado, bem como o desembolso direto da companhia no valor de R\$ 5 milhões para aquisição de cestas básicas. Ambas as ações beneficiaram mais de 178 mil pessoas com 56,7 mil cestas básicas doadas.” (56)*

c) *“Uma das nossas principais iniciativas em prol das comunidades que cercam nossas operações é o Programa Global de Voluntariado, que nasceu em 2017 do nosso desejo de estreitar, cada vez mais, o relacionamento com as pessoas, de forma a incentivarmos nossos integrantes a realizarem ações voluntárias que geram impacto social positivo nas comunidades. Importante destacar que, em 2022, houve uma redução do número de pessoas beneficiadas quando comparada a 2021, pois nesse ano realizamos doações emergenciais relevantes relacionadas à pandemia da Covid-19 e de combate à fome.” (57)*

Todos os trechos encontrados dentro desta categoria possuem a situação de que já foram concluídos pela Braskem. Nessa categoria, identificou-se que a Braskem escolheu a estratégia de demonstrar por números absolutos os resultados referentes à quantidade de valores doados e de pessoas beneficiadas com suas ações.

A quinta e última categoria sobre o pilar social foi identificada na matriz de materialidade como “Direitos humanos” e refere-se a partes do relatório que enunciam o tema. Foram identificados seis trechos no relatório sobre a temática e categorizados como “Mapeamento e gestão de riscos”. A seguir, exemplos dos trechos categorizados:

a) *“Proposta de valor ao integrante: BeUx Alicerçamos nossa ambição de ser reconhecida como uma empresa voltada para as pessoas, que promove o desenvolvimento local e os direitos humanos por meio do BeUx, que reflete os nossos elementos culturais mais fundamentais, por meio de competências que orientam e são esperadas dos nossos integrantes, desenvolvidas e avaliadas em 100% da companhia.” (15)*

b) *“A nossa Política Global de Desenvolvimento Sustentável, Códigos de Conduta para integrantes e terceiros, bem como a proposta de valor ao integrante, o BeUx, reforçam o comprometimento da Braskem com o tema.” (5)*

c) *“Temos como ponto de partida a realização da due dilligence³² em direitos humanos, para a identificação periódica de potenciais riscos envolvendo a violação destes.” (6)*

Nesta categoria, a Braskem comunica ações realizadas com o objetivo de buscar pela garantia de um ambiente de trabalho seguro, diverso, inclusivo e com oportunidades de crescimento. Assim como citado anteriormente, os pilares ASG relacionam-se entre si e nem sempre é possível dissociá-los. O mesmo acontece com essa categoria, que possui enunciados de materialidades como “Direitos humanos”, “Saúde, segurança e bem-estar” e “Diversidade, equidade e inclusão”,

³² Refere-se ao processo de levantamento de informações para mapeamento de riscos. (FIA, 2019)

porém com a característica de materializar as ações de visam o mapeamento e gerenciamento de riscos e oportunidades (processo de *due diligence*, BeUx, etc.) envolvendo as pessoas que fazem parte da empresa.

Além das categorias anunciadas, foi possível verificar outro aspecto que não foi descrito pela matriz de materialidade da Braskem, mas que permeia mais de um tema abordado. Esse é o caso da afirmação da responsabilidade social da Braskem em trechos presentes no relatório quando a empresa utiliza da enunciação de metas estabelecidas para 2030, que visam promover a saúde, segurança e bem-estar das pessoas, tanto dentro como fora da empresa, assim como as menções a projetos e ações de ISP com o objetivo de beneficiar as comunidades no entorno das operações e contribuir para o desenvolvimento local e sustentável.

No que tange aos trechos analisados sobre o pilar social, a Braskem demonstra um compromisso significativo com os temas de saúde e segurança dos seus colaboradores, direitos humanos, responsabilidade social, além de apresentar suas iniciativas de DE&I e cuidados com o meio ambiente. É possível aferir, a partir da análise do discurso dos trechos, que a Braskem traz ênfase para o papel fundamental das pessoas em sua estratégia de negócio e que o desenvolvimento sustentável é um valor central para a empresa como um todo.

4.3.3 Categorias do pilar governança

Sobre o pilar governança foram elencadas cinco categorias, presentes na matriz de materialidades da Braskem, evidenciadas nos 28 trechos analisados. A partir da categorização dos trechos, destacou-se: 1. “Engajamento socioambiental e cadeia de valor”, 2. “Integridade e conformidade”, 3. “Governança corporativa”, 4. “Gestão de riscos” e 5. “Canais de comunicação e capacitação”. As categorias identificadas nas análises dos trechos do relatório podem ser observadas, em conjunto com seus núcleos de acionamento, no Quadro 7 a seguir:

Quadro 7 - Categorização dos trechos do relatório correspondentes ao pilar Governança

Categoria	Núcleo de acionamento	Materialidade	Situação
Engajamento socioambiental e cadeia de valor	Crescimento do engajamento da cadeia de fornecedores ao tema da sustentabilidade e	Gerenciamento de relacionamento com partes interessadas	Adotou (6) Manteve (3)

	preocupação com a avaliação de terceiros e fornecedores para mitigar potenciais riscos e garantir a integridade e práticas de sustentabilidade. Inclui-se aqui o reconhecimento de boas práticas em ASG dos fornecedores.		
Governança corporativa	Importância do aprimoramento da governança e do ambiente de controles internos, incluindo a avaliação anual por uma consultoria externa e a criação da área de específicas na empresa para promover a troca de informações entre regiões.	Governança, ética e conformidade	Adotou (3) Manteve (1) Planeja (2)
Integridade e conformidade	Ênfase no compromisso com a integridade, ética e transparência, destacando a manutenção e ampliação de certificações.	Governança, ética e conformidade	Adotou (5) Manteve (1)
Gestão de riscos	Ênfase na importância de analisar e mapear os riscos em relação aos direitos humanos e aos riscos corporativos existentes. Além disso, o destaque para planos de ação para mitigar riscos não contemplados na matriz de riscos corporativos.	Gerenciamento de riscos e oportunidades	Adotou (3) Manteve (1) Planeja (1)
Canais de comunicação e capacitação	Esforços para melhorar a comunicação e conscientização sobre temas relacionados à conformidade e integridade, incluindo programas internos e o uso do canal de denúncias como ferramenta para melhorar o ambiente de trabalho.	Governança, ética e conformidade	Adotou (1) Manteve (1)

Fonte: elaborado pelo autor.

A categoria “Engajamento socioambiental e cadeia de valor” é composta pelos trechos do relatório que destacam o incentivo da conformidade e da integridade dos fornecedores por parte da Braskem. Nesta categoria, a empresa destaca o aumento do engajamento dos integrantes da sua cadeia de valor sobre o tema sustentabilidade e mitigação de riscos. Pode-se verificar a partir dos exemplos:

a) “Desde 2016, implementamos o Programa de Compra Responsável de Etanol, a fim de se assegurar a integridade e as práticas de

sustentabilidade na cadeia da cana, por meio de auditorias em fornecedores e subfornecedores.” (76)

b) *“O ano de 2022 também foi de fortalecimento das relações com nossos fornecedores, contribuindo para obtenção de mais confiabilidade, competitividade, segurança e eficiência para às nossas operações. Além disso, reforçamos nossa atuação em sustentabilidade por meio de iniciativas que promovessem o engajamento e o desenvolvimento dos nossos Parceiros quanto ao tema.” (78)*

c) *“Em 2022, tivemos um crescimento de 200% na base de fornecedores avaliados, o que demonstra o engajamento da nossa cadeia de fornecedores ao tema. Além disso, obtivemos também o engajamento de 270 fornecedores na avaliação do Carbon Disclosure Project (CDP) Supply Chain Clima e no CDP Supply Chain Água, com taxas de engajamento de 82% e 72% respectivamente. Outro aspecto a se destacar é a parceria da Braskem com a Childhood Brasil no enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes nas estradas, dada a sua matriz de distribuição rodoviária.” (79)*

Essa categoria corresponde a aproximadamente um terço dos trechos que se referem ao pilar governança. Além do destaque para as ações relacionadas a fornecedores e subfornecedores, a Braskem evidenciou reconhecimentos recebidos e protocolos de boas práticas seguidos ao longo de 2022. Todos os trechos apresentaram a característica de já terem sido resultados concluídos (6) ou contínuos (3).

A segunda categoria identificada foi “Governança Corporativa” que engloba trechos do discurso da Braskem relacionados ao tema. Neste sentido, a Braskem traz destaque para importância da governança para a empresa e sobre a utilização de controles internos de manutenção da mesma, incluindo a criação de áreas específicas na organização para incentivar a promoção da troca de informações e uniformidade de atuação.

a) *“Em 2022, emitimos 25 relatórios referentes à revisão de diversos processos da companhia, em que identificamos 128 oportunidades de melhorias, gerando mais de 200 planos de ação para as áreas de negócio, com o objetivo de aprimorar nossa governança e o ambiente de controles internos.” (144)*

b) *“Visando propiciar um panorama completo do sistema de governança da Braskem, todos os novos membros do CA participam do Programa de Integração conduzido pela área de Governança Corporativa, com apresentações sobre a cultura, as pessoas, o ambiente de negócios e os Sistemas de Conformidade e Governança da Braskem. Além disso, desde 2018, o CA, seus comitês de assessoramento e secretaria passam por um processo de avaliação anual organizado por uma consultoria externa.” (143)*

c) *“Com o intuito de aprimorar nossa governança e intensificar nossas iniciativas em temas que impactem diferentes regiões, em 2022 criamos a área de Global Advocacy. Terá como foco a criação de um sistema de governança para a troca de informações entre as diferentes regiões, o mapeamento de políticas públicas e iniciativas globais de impacto e o mapeamento de stakeholders para o desenvolvimento de Posicionamentos globais nessas frentes.” (84)*

Nessa categoria é possível identificar a atenção direcionada da Braskem no que tange os assuntos que evidenciam a sua atuação sobre o tema governança. Foram analisados seis trechos diferentes e em metade deles foi possível identificar ações implementadas que evidenciam o posicionamento da Braskem no assunto. O planejamento sobre governança corporativa também é evidenciado nos trechos nos quais a Braskem destaca ações que trarão resultados no futuro.

A categoria “Integridade e conformidade” foi utilizada para categorizar os trechos do relatório que mencionam resultados diretamente ligados a esses dois fatores. Os trechos analisados destacam o compromisso da Braskem com os requisitos de ética, integridade e transparência e são evidenciados a partir dos relatos de manutenção e ampliação de certificações.

a) *“Dentre as ações da área de Conformidade em 2022, é importante destacar a submissão do 5º e 6º relatórios de monitoramento do Plano de Aperfeiçoamento do Programa de Integridade da Braskem, com a Secretaria de Integridade Privada, em decorrência do Acordo de Leniência assinado em 2019 com a Advocacia-Geral da União (AGU) e a Controladoria-Geral da União (CGU).” (145)*

b) *“Nossos esforços para ser uma empresa reconhecida pela integridade, ética e transparência também nos rendeu, em 2022, duas grandes conquistas: a manutenção e extensão da certificação ISO 37001 e a melhor nota histórica na avaliação do Instituto Ethos desde que implementamos o Sistema de Conformidade. Esse resultado nos levou a uma posição acima da média geral do setor em todos os critérios avaliados.” (147)*

c) *“Outra frente de destaque em 2022 foi na obtenção da classificação de operador de baixo risco por meio da Certificação de Operador Econômico Autorizado (OEA) na modalidade segurança, resultando em maior agilidade e previsibilidade de cargas nos fluxos de comércio internacional.” (83)*

Assim como a anterior, essa categoria é formada por seis trechos do relatório que elencam resultados obtidos até o final de 2022. Todos os trechos referem-se a ações já concluídas (5) ou contínuas (1) que deixam evidente a relevância dada pela

Braskem para a conformidade e a integridade e sua relação com a reputação empresarial.

A quarta categoria identificada foi “Gestão de riscos” e compreende cinco trechos destacados do relatório integrado de 2022. Nesta categoria, a Braskem trouxe ênfase para as medidas utilizadas para analisar e mapear os riscos que envolvem direitos humanos e riscos corporativos.

a) *“Ao longo de 2022 mantivemos um trabalho focado em estudos para identificação, análise e mitigação de riscos de processo que possam afetar a população do entorno das instalações industriais da Braskem ou o meio ambiente” (23)*

b) *“Estamos trabalhando em planos de ação para aqueles não contemplados na matriz de riscos corporativos, na qual serão incorporados posteriormente.” (9)*

c) *“Realizamos a revisão do processo de gestão de risco da cadeia de fornecimento de insumos, com a criação de indicadores globais e definição de prioridades por região e país, permitindo a implementação de ações mitigatórias de risco de acordo com o grau de vulnerabilidade apresentado.” (82)*

Na categoria “Gestão de Riscos”, a Braskem enuncia formas de atuação no que tangem os riscos corporativos. Nesta categoria, também estão os trechos nos quais a empresa demonstra como identifica, analisa e mitiga os riscos de processo que possam afetar as comunidades no seu entorno e o meio ambiente. Foram analisados cinco trechos do relatório e a preponderância identificada foi de trechos que apontam para resultados finalizados (3) em 2022.

A última categoria analisada foi “Canais de comunicação e capacitação”. Esta categoria apresentou apenas dois trechos no relatório, porém foi utilizada pela Braskem para evidenciar a execução de ações voltadas para a melhoria da comunicação e conscientização sobre temas que se referem ao pilar de governança.

a) *“Em 2022 foi evidenciada maior confiança dos integrantes no Canal com base no recebimento de número recorde de relatos, se tornando uma forte ferramenta para a melhoria do ambiente de trabalho - 844 denúncias foram recebidas neste ciclo, sendo que 52,8% do total foram casos não substanciados, com dados insuficientes ou fora do escopo.” (150)*

b) *“Em 2022 demos início no Brasil ao Programa de Embaixadores de Compliance, uma iniciativa que tem como objetivo melhorar a comunicação entre as áreas sobre os temas relacionados à conformidade na companhia. Neste primeiro ano, 12 integrantes de todas as vice-presidências participaram de uma série de capacitações para se tornarem o ponto focal*

entre as vice-presidências e a área de Compliance, assim disseminando a cultura e o correto uso das ferramentas de conformidade.” (149)

De maneira geral, a Braskem adota o discurso de comprometimento com o aprimoramento contínuo de suas práticas de governança corporativa e evidencia, mediante ações concretas, como atua na mitigação de riscos, promoção da integridade e no incentivo à sustentabilidade em sua cadeia de valor. A Braskem enfatiza a importância da transparência e da conformidade em sua atuação e busca demonstrar, através do engajamento em sustentabilidade e responsabilidade social, o seu posicionamento sobre temas socioambientais.

5 CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA

No primeiro objetivo específico desta pesquisa, enunciou-se a vontade de apresentar a evolução do tema ASG, bem como os pilares que compõem o acrônimo em suas particularidades e nuances. Dessa forma, dedicou-se o segundo capítulo do trabalho para essa apresentação. Buscou-se explorar as origens das discussões que culminaram na perspectiva ASG conforme conhecida hoje e obteve-se uma linha do tempo marcando a história e fatos importantes que pontuaram o seu desenvolvimento. Nessa parte do trabalho, utilizou-se fundamentalmente a técnica de análise documental para aprofundar os conhecimentos sobre ASG em publicações de estudos, pesquisas e artigos de instituições relacionadas ao tema. Apresentou-se aqui, também, as medidas encontradas para metrificar os resultados em ASG. Por fim, buscou-se contextualizar o cenário ASG na contemporaneidade e explorar sobre como é abordado no Brasil e no mundo.

Como visto, as discussões sobre os pilares ASG evoluíram ao longo do tempo e o tema está cada vez mais sendo incorporado nas estratégias empresariais. Adaptar-se à perspectiva ASG não é uma tarefa simples para as empresas, que precisam enfrentar desafios operacionais e atender às expectativas de seus públicos de interesse. Apesar dos esforços para a criação de métricas e índices, na tentativa de quantificar a atuação ambiental, social e de governança de uma organização, não há um manual sobre como “agir” ASG e isso faz com que empresas, que ainda não estão maduras sobre o assunto, encontrem maior dificuldade de implementação.

O próximo objetivo específico consistiu em refletir sobre as possíveis interfaces entre comunicação organizacional e a perspectiva ASG. Para essa reflexão dedicou-se o terceiro capítulo deste trabalho. No capítulo em questão, apresentou-se o aporte teórico que subsidiou o entendimento e a compreensão sobre comunicação organizacional (Kunsch, 2008; Baldissera, 2009; Weber, 2009; Scroferneker *et al.*, 2014). Para buscar mais embasamento, discutiu-se sobre o tema da comunicação estratégica (Marchiori, 2010; Kunsch, 2012; Pérez, 2012; Florczak, 2017). Dessa forma, foi possível encerrar o capítulo discutindo sobre a relação entre a comunicação organizacional, comunicação estratégica e a prática de ASG.

Ao longo deste trabalho discutiu-se sobre conceitos importantes para a perspectiva ASG. Entre eles, o chamado *disclosure* de informações. Assim como é

esperado um compromisso claro, por parte das empresas, em relação ao ASG, a transparência na divulgação dos resultados de suas ações e iniciativas fica inerente a esse processo.

Alinhar o discurso empresarial à prática cotidiana é importante para, quando em momentos de crise, a empresa não fique vulnerável às interações com seus públicos de interesse (Bueno, 2017). No que diz respeito à perspectiva ASG, a comunicação organizacional assume esse papel importante na disseminação e no engajamento dos públicos sobre a atuação empresarial em relação ao tema.

É neste ponto que pode-se evidenciar a relação estratégica da comunicação organizacional vinculada ao ASG. Sob a ótica da complexidade em que vivem as organizações, comunicar de forma estratégica e com diálogo viabiliza as relações e estabelece vínculos (Florczak, 2017) entre a empresa e seus públicos. O compartilhamento de resultados e do propósito institucional aproximam as pessoas da realidade da organização e pode trazer retornos de visibilidade e legitimidade (Baldissera, 2022) para os compromissos assumidos em ASG.

O último objetivo da pesquisa consistiu em discutir sobre as práticas de comunicação da Braskem no que se refere ao ASG. Para alcançar esse objetivo, realizou-se a análise do conteúdo de trechos do Relatório Integrado da Braskem de 2022, destacando trechos que se referiam à comunicação de resultados obtidos naquele ano e analisou-se o discurso segundo Bardin (2016). A partir das análises feitas, foi possível responder à pergunta-problema da pesquisa: quais acionamentos são utilizados pela Braskem na comunicação de desafios e resultados relacionados à perspectiva ASG?

Foi observado que a Braskem busca comunicar seus resultados em ASG de forma a ressaltar seu compromisso com a sustentabilidade, com a responsabilidade social e com a governança corporativa. É recorrente o destaque a ações de reconhecimento externas, em busca de legitimidade para o posicionamento da empresa. Além disso, a empresa estabelece, de maneira clara, metas para o futuro que demonstram a postura proativa da Braskem em relação ao tema ASG.

Assim como visto anteriormente, a comunicação organizacional pode atuar de forma estratégica para que a empresa consiga obter capital simbólico suficiente para passar por crises que afetam seus valores intangíveis. A partir das análises, é possível verificar que a Braskem efetivamente produz e comunica materialidade em todos os pilares ASG. Em contraponto, sabe-se que a Braskem já passou por

cenários adversos ao longo de sua atuação no setor petroquímico. O envolvimento em escândalos de corrupção, como a Lava-Jato³³, ou em desastres socioambientais, como o caso da mina de Sal-Gema em Alagoas³⁴, podem impactar negativamente na imagem e reputação da empresa e levam a crer que a Braskem possui uma estratégia bem fundamentada e direcionada em relação ao seu posicionamento e legitimação dos esforços frente aos desafios ASG.

O objetivo geral deste trabalho foi analisar os enfoques e conteúdos acionados pela Braskem na comunicação de desafios e resultados em ASG. Esse objetivo foi alcançado à medida que as análises dos trechos do Relatório Integrado da Braskem deixaram evidente o posicionamento e o destaque dado para cada pilar ASG.

A partir da análise dos 151 trechos que compunham o *corpus* de pesquisa, foi possível verificar que a Braskem dedicou, aproximadamente, 54% do seu espaço de divulgação de resultados para tratar sobre ações que foram finalizadas (81) no ano de 2022. Dessa forma, é possível compreender a estratégia enunciada anteriormente sobre a utilização de resultados quantificáveis e reconhecimentos externos para garantir a legitimidade das ações. A Braskem também utilizou o seu discurso para reforçar a narrativa de planejamento e compromisso com o futuro. Considerando o *corpus* de pesquisa, aproximadamente um em cada quatro trechos (37) reforçava o empenho da Braskem para atingir as metas estabelecidas na sua estratégia de negócio.

Outro achado da pesquisa foi de que há um evidente destaque para as ações voltadas ao pilar Social (64) e ao pilar Ambiental (59) no relatório da Braskem. Se somadas, as iniciativas dos pilares A e S correspondem a quatro vezes mais os resultados evidenciados no pilar G (28). Cabe a reflexão que, por se tratar de um recorte anual, pode haver a adoção de agendas de interesses na divulgação de ações específicas para cada pilar. Embora com menor volume, o pilar Governança foi o que apresentou maior representatividade de trechos indicando ações concretizadas. Foi possível fazer a relação que supõe uma abordagem estratégica que busca dar destaque para ações relacionadas a temas mais discutidos e que engajem seus públicos de interesse, através da quantidade, enquanto, por outro

³³Escândalo de negociação de propinas da Braskem com a Petrobras em troca de contratos. (Narcizo, 2019)

³⁴Caso de tremores de terra sentidos por moradores de bairros de Maceió/AL e associado aos impactos da mineração de sal-gema pela Braskem. (MPF, 2023)

lado, as ações que possuem relevância para públicos mais nichados, a qualidade e eficiência sejam enfatizados.

Sobre os aspectos durante as pesquisas sobre o tema, encontrou-se dificuldade para realizar a análise bibliográfica, tendo em conta o baixo volume de trabalhos acadêmicos sobre o tema na área da comunicação. Grande parte das referências sobre o ASG foram encontradas em língua inglesa, sendo preciso realizar a tradução para inclusão nesta pesquisa.

Estudar sobre a perspectiva ASG permitiu entendê-la como um tema essencialmente multidisciplinar. Foi preciso buscar diferentes fontes, além da comunicação, para estruturar a discussão contida neste trabalho. Foi possível perceber que, assim como os fatores ASG relacionam-se entre si, diferentes perspectivas do conhecimento podem ser acionadas para embasar decisões com o objetivo de alcançar resultados no pilar ambiental, social ou de governança corporativa.

Cabe ressaltar que a análise de conteúdo neste trabalho foi baseada no recorte utilizado pela Braskem para comunicar seus resultados. Tendo em vista que o relatório segue padrões internacionais de *disclosure*, é uma fonte confiável de dados. Porém, a oportunidade de comparar as narrativas presentes no relatório com a percepção que as partes interessadas têm sobre a atuação da Braskem renderia um tema promissor para um novo estudo.

REFERÊNCIAS

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE — AMCHAM; HUMANIZADAS. **Panorama ESG Brasil**. [s. l.], 2023. Disponível em: <https://conteudo.amcham.com.br/pesquisa-panorama-esg-2023>. Acesso em: 8 jun. 2023.

AMORIM, Lidiane R.; OLIVEIRA, Rosângela F. O lugar da comunicação estratégica e relacional nas organizações educacionais. *In*: HOHLFELDT, Antonio C. (ed.). **De qual comunicação organizacional estamos falando?**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015, p. 68-79. Disponível em: http://pgcl.uenf.br/arquivos/978-85-397-0768-3_011120181615.pdf. Acesso em: 5 jun. 2023.

ASSI, Marcos. Grandes Fraudes da História — O caso Enron. *In*: **Blog Prof. Marcos Assi [blog]**. [s.l.] 5 jan. 2013. Disponível em: <https://marcosassi.com.br/grandes-fraudes-da-historia-o-caso-enron>. Acesso em: 21 jul. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL — ABERJE. **Tendências da Comunicação Organizacional 2023**. São Paulo, SP, 2023. Disponível em: https://www.aberje.com.br/wp-content/uploads/2023/05/PesqTendenciasComunicacaoOrganizacional2023.pdf?utm_source=ALLINMAIL&utm_medium=email&utm_content=282840440&utm_campaign=Aberje_Thinks&utm_term=gci5.sbv.nm.llpmcl.j.w.y.a9.gdu.v.wbh52bp.n.w.ys.vmc&utm_smid=10539347-1-1. Acesso em: 8 jun. 2023.

B3. [site institucional]. **Índice de Governança Corporativa – Novo Mercado (IGC-NM B3)**. 2023. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/indices/indices-de-governanca/indice-de-governanca-corporativa-novo-mercado-igc-nm.htm. Acesso em: 13 ago. 2023.

BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. **Organicom**, v. 6, n. 10–11, p. 115-120, 2009. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139013>. Acesso em: 5 jun. 2023.

BALDISSERA, Rudimar. Notas para uma Epistemologia da Comunicação Organizacional. *In*: KUNSCH, Maria M. Krohling; LIMA, Fábila P.; SAMPAIO, Adriano O. (org.). **Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp**. Salvador: EDUFBA, 2022, p. 49-64. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/35309>. Acesso em: 7 abr. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL — BNDES. A difusão da agenda ESG no mundo e no Brasil. *In*: **Blog do Desenvolvimento [blog]**. [s. l.], 23 out. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.bndes.gov.br/blogdodesenvolvimento/detalhe/A-difusao-da-agenda-ESG-no-mundo-e-no-Brasil/>. Acesso em: 06 jun. 2023.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL — BNDES. Sustentabilidade: Infográfico apresenta uma breve história do conceito. *In: Blog do Desenvolvimento [blog]*. [s. l.], 26 out. 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.bndes.gov.br/blogdodesenvolvimento/detalhe/Sustentabilidade-infografico-apresenta-uma-breve-historia-do-conceito/>. Acesso em: 11 abr. 2023.

BARROS, Duarte. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. Barueri: Grupo GEN, 2006. *E-book*. ISBN 9788522474400. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522474400/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

BERG, Florian; FABISIK, Kornelia; SAUTNER, Zacharias. Rewriting History II: The (Un)predictable Past. of ESG Ratings. *In: EUROPEAN CORPORATE GOVERNANCE INSTITUTE — ECGI. Working Paper Series in Finance*, [s. l.], n. 708, 2021.

BLACKROCK. **Uma mudança estrutural nas finanças**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.blackrock.com/br/larry-fink-ceo-letter>. Acesso em: 6 jun. 2023.

BLACKROCK. **Sustentabilidade como o novo padrão de investimento da BlackRock**. [s. l.], 2023. Disponível em: <https://www.blackrock.com/br/blackrock-client-letter>. Acesso em: 6 jun. 2023.

BONOTTO, Pietro V. **As fraudes contábeis da Eron e Worldcom e seus efeitos nos Estados Unidos**. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Contábeis) - Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

BRASKEM, [site institucional], 2023a. **A Braskem**. Disponível em: <https://www.braskem.com.br/a-braskem>. Acesso em: 8 jun. 2023.

BRASKEM, **Relatório Integrado 2022**, 2023b. Disponível em: <https://www.braskem.com.br/relatoriointegrado2022>. Acesso em: 8 jun. 2023.

BRAVO GRC. **Guia Rápido ESG: Referências conceituais e indicadores**. [s. l.], 2021.

BREGOLATO, Juliana Teixeira. **Sustentabilidade empresarial: Para pequenas e médias empresas brasileiras**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA, Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, Assis, 2012.

BUENO, Wilson da C. O embate entre a comunicação e as boas práticas de gestão: O discurso empresarial como processo de mistificação. *In: SCROFERNEKER, Cleusa M. Andrade; AMORIM, Lidiane R. (org.). (Re) Leituras contemporâneas sobre comunicação organizacional e relações públicas*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2017, p. 85-109. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/download/livros/1224.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2023.

CARVALHAL, Raquel L.; RÊGO, Ricardo B.. Teoria do Agente, Teoria da Firma e os Mecanismos de Governança Corporativa no Brasil. **Relatórios de Pesquisa Em Engenharia de Produção**, Niterói, v. 10, n. 13, 2010. Disponível em:

http://www.producao.uff.br/conteudo/rpep/volume102010/RelPesq_V10_2010_13.pdf
. Acesso em: 14 fev. 2023.

CARVALHO, André C.; BERTOCCELLI, Rodrigo de P.; ALVIM, Tiago C.; AL, et. **Manual de Compliance**. Barueri: Grupo GEN, 2021. *E-book*. ISBN 9786559640898. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559640898/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

CHOUAIBI, Salim; *et al.* Exploring the Moderating Role of Social and Ethical Practices in the Relationship between Environmental Disclosure and Financial Performance: Evidence from ESG Companies. **Sustainability**, [s.l.], v. 14, n. 1, p. 1-17, jan. 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/1/209>. Acesso em: 8 jun. 2023.

CICCARELLI, Kira. Sustainability in the Spotlight: Board ESG Oversight and Strategy. In: **Diligent Institute [site]**. [s. l.], 5 mai. 2022. Disponível em: <https://www.diligentinstitute.com/research/sustainability-in-the-spotlight-board-esg-oversight-and-strategy/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO — CMED. Em Busca do Desenvolvimento Sustentável. In: COMISSÃO MUNDIAL SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO — CMED. **Nosso Futuro Comum**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991. Cap. 2, p. 46-71.

CORPORATE FINANCIAL INSTITUTE — CFI. [Site institucional], 2023. **Introduction to ESG**. Disponível em: <https://corporatefinanceinstitute.com/course/environmental-social-governance/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

COSTA, Ingrid L. Sena; CORREIA, Thamirys S.; PAULO, Edilson; LUCENA, Wenner G. Lopes. Impacto do Disclosure Voluntário: Valor da Empresa e Informações Socioambientais nas Companhias Abertas. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, [s.l.], v. 21, n. 2, p. 271-287, mai./ago. 2018.

COSTA, Edwaldo; FERREZIN, Nataly B. ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) e a Comunicação: O tripé da sustentabilidade aplicado às organizações globalizadas. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, SP, v. 02, ed. 24, p. 79-95, jul./dez. 2021.

COTAÇÕES B3: Índices. **Infomoney**. [s. l.], 8 mar. 2023. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/cotacoes/b3/indice/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

DEARNELL, Adrian. Sua empresa está pronta para um relatório anual integrado?. **Forbes**. [s.l.], 21 dez. 2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesesg/2022/12/sua-empresa-esta-pronta-para-um-relatorio-anual-integrado/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

DEVESA, Laura M. **A Importância da Comunicação no Contexto Organizacional**. 2016. Dissertação (Mestrado em Ciências Empresariais) - Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais, Setúbal, 2016.

ECCLES, Robert G.; LEE, Linda-Eling; STROEHLE, Judith C. The Social Origins of ESG? An Analysis of Innovest and KLD. **Organization & Environment**, [s. l.], v. 33, n. 4, p. 575-596, 2020. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3318225. Acesso em: 7 jun. 2023

EDMANS, Alex. The end of ESG. **Financial Management**, forthcoming, Londres, v. 52, p. 3-17, jan. 2023.

ELKINGTON, John. **Cannibals with forks**: The triple bottom line of 21st century business. Oxford: Capstone, 1997. Disponível em: <https://www.sdg.services/uploads/9/9/2/1/9921626/cannibalswithforks.pdf>. Acesso em: 11 abr. 2023.

EMERICK, Dean. What is an ESG Disclosure? *In: The ESG Report [site]*. [s. l.], 2023a. Disponível em: <https://www.esgthereport.com/what-is-an-esg-disclosure/> Acesso em: 8 jun. 2023.

EMERICK, Dean. What is Materiality in ESG? *In: The ESG Report [site]*. [s. l.], 2023b. Disponível em: <https://www.esgthereport.com/what-is-materiality-in-esg/> Acesso em: 8 jun. 2023.

EXAME. Fundos ESG: o que são e por que investir. **Exame Invest**, [s. l.], 16 jul. 2021. Disponível em: <https://exame.com/invest/academy/fundos-esg-por-que-investir/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

EXAME. Compliance: o que é, categorias, vantagens e como colocar em prática. **Exame Invest** [s. l.], 15 jun. 2023. Disponível em: <https://exame.com/invest/guia/o-que-e-compliance-e-como-funciona/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

EY. **6ª pesquisa global com investidores institucionais**. [s. l.], 2022. Disponível em: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/pt_br/topics/assurance/ey-investor-survey-2021.pdf. Acesso em: 8 jun. 2023.

FACEBOOK admite uso indevido de dados de 87 milhões de usuários, 443 mil no Brasil. **BBC**. [s. l.], 4 abr. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-43646687>. Acesso em: 13 ago. 2023.

FERRARI, M. A. Relações Públicas: razões para praticá-las. **Organicom**, [s. l.], v. 6, n. 10-11, p. 134-141, 2009. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139016>. Acesso em: 1 ago. 2023.

FLORCZAK, Rosângela. Diálogo e comunicação estratégica no contexto das organizações. *In: SCROFERNEKER, Cleusa M. Andrade; AMORIM, Lidiane R. (org.). (Re) Leituras contemporâneas sobre comunicação organizacional e relações públicas*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2017, p. 85-109. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/download/livros/1224.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2023.

FIA BUSINESS SCHOOL — FIA. Due Diligence de Riscos: O que é e Para que Serve? *In: FIA Business School [blog]*. [s. l.], 31 jul. 2019. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/due-diligence/>. Acesso em: 8 jun. 2023.

FÓRUM ECONÔMICO MUNDIAL — FEM, **The Global Risks Report 2022** 17. ed. Davos, 2022. Disponível em: <https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2022/>. Acesso em: 8 jun. 2023

FRIEDMAN, Milton. A Friedman doctrine: The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits Give this article. *In: The New York Times*. [s. l.], 13 set. 1970. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>. Acesso em: 6 jun. 2023.

G1. Entenda o Caso Dieselgate. **Auto Esporte** [s. l.], 27 mar. 2017. Disponível em: <https://autoesporte.globo.com/carros/noticia/2017/03/entenda-o-caso-dieselgate.ghtml>. Acesso em: 13 ago. 2023.

GARA, Antonie. **10 Maiores Fraudes da História Recente dos Estados Unidos**. Forbes.[s.l.], 22 set. 2015. Disponível em: <https://forbes.com.br/sem-categoria/2015/09/10-maiores-fraudes-da-historia-recente-dos-estados-unidos/#foto9>. Acesso em: 21 jul. 2023.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Barueri: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597020991. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>. Acesso em: 19 jul. 2023.

GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. Barueri: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559771653. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

GLOBAL REPORT INITIATIVE — GRI. **The GRI standards: Enabling transparency on organizational impacts**. [s. l.], 2020. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/media/wmxlklns/about-gri-brochure-2022.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2023.

GLOBERMAN, Steven. Friedman and his ESG Critics. *In: ESG: Myths and Realities*, [s. l.], 2022a.

GLOBERMAN, Steven. The New Capitalism. *In: ESG: Myths and Realities*, [s. l.], 2022b.

GUITARRARA, Paloma. Capitalismo. *In: História do mundo [site]*. [s. l.], 2023. Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/capitalismo.htm>. Acesso em: 11 abr. 2023.

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL — ISE-B3. [site institucional], 2023. **O que é o ISE B3**. Disponível em: <https://iseb3.com.br/o-que-e-o-ise>. Acesso em: 13 ago. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA — IBGC. ESG será prioridade dos boards após a pandemia. *In: Blog IBGC*. [s. l.], 10 fev. 2021. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/blog/pesquisa-GNDI-2020-ESG-pauta-conselhos-pos-pandemia>. Acesso em: 8 jun. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA — IBGC. Guia de sustentabilidade para as empresas. *In: BRANDÃO, Carlos E. Lessa; SANTOS, Homero L. (coord.). Cadernos de Governança Corporativa*, São Paulo: IBGC, p. 1-48, 2007. Disponível em: <https://acervo-digital.espm.br/E-BOOKS/Acesso%20restrito/318433.pdf>. Acesso em: 8 jun. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA — IBGC. ESG ainda é desafio aos conselhos, mostra pesquisa. *In: Blog IBGC*. [s. l.], 6 mai. 2022. Disponível em: <https://ibgc.org.br/blog/boards-sustainability-report-maio>. Acesso em: 25 jul. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA — IBGC. [Site institucional], 2023. **Governança Corporativa**. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br/conhecimento/governanca-corporativa>. Acesso em: 25 jan. 2023.

INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL — IIRC. **A Estrutura Internacional para Relato Integrado**. 2014. [s.l.] Disponível em: <https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-Portuguese-final-1.pdf>. Acesso em: 23 mai. 2023.

INVESTING. **Investing.com**. 2023. S&P Global Inc (SPGI). Disponível em: <https://br.investing.com/equities/mcgraw-hill-company-profile>. Acesso em: 7 jun. 2023.

KPMG. **Impact os ESG disclosures**. [s. l.], 2019. Disponível em: <https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2019/09/impact-of-esg-disclosures.html>. Acesso em: 8 jun. 2023

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. *In: MARCHIORI, Marlene (org.). Faces da cultura e da comunicação organizacional*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, p.170-189. Disponível em: <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/1/346>. Acesso em: 6 jun. 2023.

KUNSCH, Margarida M. Krohling *et al.* As dimensões humana, instrumental e estratégica da comunicação organizacional: recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo. **Intercom**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 267-289, 2012. Disponível

em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/y8NpS46DTtrQfZZvbB3mzqG/?lang=pt#>. Acesso em: 8 jun. 2023.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre a organização**. 2. ed. São Caetano, SP: Difusão Editora, 2008.

MARCHIORI, Marlene. Reflexões iniciais sobre a comunicação como processo nas organizações da contemporaneidade. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2831-3.pdf>. Acesso em: 7 jun. 2023.

MARCHIORI, Marlene; NININ, Débora. Interações nos contextos organizacionais. *In*: **MARCHIORI: Comunicação em movimento** [s. l.], 6 nov. 2013. Disponível em: <http://marlenemarchiori.com.br/2013/11/06/interacoes-nos-contextos-organizacionais/>. Acesso em: 19 jun. 2023

MCKINSEY. **A diversidade como alavanca de performance**. [s. l.], 2018. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/delivering-through-diversity/pt-BR#/>. Acesso em: 7 jun. 2023.

MORGAN STANLEY CAPITAL INTERNATIONAL — MSCI. [Site institucional], 2023. **The Evolution of ESG Investing**. Disponível em: <https://www.msci.com/esg-101-what-is-esg/evolution-of-esg-investing>. Acesso em: 21 fev. 2023.

MOURÃO, Isaura. Comunicação organizacional: descompasso entre teoria e prática, um pensar e um fazer em processo de aproximação. *In*: **Congresso Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp 2017)**, XI, 2017, Belo Horizonte. **Anais [...]** Porto Alegre: Edipucrs, 2017. p. 1-14.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL — MPF. **Caso Pinheiro/Braskem**, Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/grandes-casos/caso-pinheiro/arquivos/entenda-o-caso>. Acesso em: 10 ago. 2023

NARCIZO, Bruna. Lava Jato sabia desde 2016 de acusação que levou ex-Braskem à prisão nos EUA. **Folha de São Paulo**, São Paulo. 29 nov. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/11/lava-jato-sabia-desde-2016-de-acusacao-que-levou-ex-braskem-a-prisao-nos-eua.shtml>. Acesso em: 16 ago. 2023.

NASSAR, Paulo. Conceitos e Processos de Comunicação Organizacional. *In*: KUNSCH, Margarida. M. Krohling. (org.). **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Paulo: Difusão Editora, 2008.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS — ONU. **Sustainable Development Report 2022**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/a-iniciativa>. Acesso em: 6 jun. 2023.

OLIVEIRA, Ivone de L.; PAULA, Carine F. C. Comunicação no contexto das organizações produtoras e ordenadoras de sentido? *In*: OLIVEIRA, Ivone de L.; SOARES, Ana T. N. (org.) **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Paulo: Difusão Editora, 2011, p. 91-108.

OLIVEIRA, Murilo A. Souza *et al.* Relatórios de sustentabilidade segundo a Global Reporting Initiative (GRI): uma análise de correspondências entre os setores econômicos brasileiros. **Production**, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 392-404, Abr./Jun. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/prod/a/C7Q7TdTFTPLMZbpNLSYGT3zf/?lang=pt>. Acesso em: 5 jun. 2023

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. A comunicação organizacional no Brasil: Virada epistemológica. *In*: KUNSCH, Maria M. Krohling; LIMA, Fábica P.; SAMPAIO, Adriano O. (org.). **Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp**. Salvador: EDUFBA, 2022, p. 37-48. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/35309>. Acesso em: 7 abr. 2023.

O QUE É o índice Dow Jones e qual a sua importância. **Infomoney**. [s. l.], 8 nov. 2022. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/guias/indice-dow-jones/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

PACTO GLOBAL (BRASIL) — PG; STILINGUE. **A evolução do ESG no Brasil**. [s. l.], 2021. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/noticia/520/stilingue-e-rede-brasil-do-pacto-global-lan-cam-estudo-sobre-a-evolucao-do-esg-no-brasil>. Acesso em: 6 jun. 2023.

PACTO GLOBAL (BRASIL) — PG. ESG. *In*: **Pacto Global Rede Brasil [site]**. [s. l.], 2023a. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/pg/esg#:~:text=O%20termo%20foi%20cunhado%20em,governan%C3%A7a%20no%20mercado%20de%20capitais>. Acesso em: 23 mai. 2023.

PACTO GLOBAL (BRASIL) — PG. A Iniciativa. *In*: **Pacto Global Rede Brasil [site]**. [s. l.], 2023b. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/a-iniciativa>. Acesso em: 19 abr. 2023.

PACTO GLOBAL (BRASIL) — PG. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). *In*: **Pacto Global Rede Brasil [site]**. [s. l.], 2023c. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/a-iniciativa>. Acesso em: 6 jun. 2023.

PACTO GLOBAL (BRASIL) — PG. No Brasil. *In*: **Pacto Global Rede Brasil [site]**. [s. l.], 2023d. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/no-brasil>. Acesso em: 13 ago. 2023.

PAULA, Ana C. Pilatti *et al.* Sustentabilidade organizacional: Desafio dos gestores frente às questões ambientais. *In*: SILVEIRA, José H. Porto. (org.). **Sustentabilidade e responsabilidade social: artigos brasileiros**, Belo Horizonte: Poisson, v. 3, ed. 1^a, p. 6-15, 2017. Disponível em: <https://www.poisson.com.br/livros/sustentabilidade/volume3/Sustentabilidade%20vol3.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2023

PEREIRA, Carlos. O ESG é uma preocupação que está tirando seu sono? Calma, nada mudou. **EXAME**. [s. l.], 8 out. 2020. Disponível em: <https://exame.com/colunistas/carlo-pereira/esg-o-que-e-como-adotar-e-qual-e-a-relacao-com-a-sustentabilidade/>. Acesso em: 13 ago. 2023.

PÉREZ, Rafael A. El estado del arte en la Comunicación Estratégica. **Mediaciones Sociales**, 1º semestre, n. 10, p. 121-196, 2012. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/38817292.pdf>. Acesso em: 7 jun. 20

PÉREZ, Lucy *et al.* Does ESG really matter - and why? *In: McKinsey Quarterly [blog]* [s. l.], 10 ago. 2022. Disponível em: https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/does-esg-really-matter-and-why#/. Acesso em: 8 jun. 2023.

PWC. Beyond compliance: Consumers and employees want business to do more on ESG. *In: PWC. 2021 Consumer Intelligence Series survey on ESG* [s. l.], 2021. Disponível em: <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/consumer-and-employee-esg-expectations.html>. Acesso em: 8 jun. 2023.

PWC. **Global Consumer Insights Pulse Survey**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/estudos/setores-atividade/produtos-consumo-varejo/2022/consumer-insights-pulse-survey.html>. Acesso em: 8 jun. 2023.

PWC. [Site institucional], 2023. **Quem Somos**. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/quem-somos.html>. Acesso em: 13 ago. 2023.

REBEIL CORELLA, Maria A. R. Subsistemas organizacionais e comunicação. *In: KUNSCH, Margarida. M. Krohling. (Org.). Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul: Difusão, 2009, p. 96-109.

REIS, Carlos N. A Responsabilidade Social das Empresas: O contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado?. **Revista Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, RJ, v. 11, ed. 2, p. 279-305, 2007.

REPTRAK. **Global reptrak 100**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.reptrak.com/rankings/2022>. Acesso em: 8 jun. 2023

REPTRAK. [Site institucional], 2023. **The RepTrak Company**. Disponível em: <https://www.reptrak.com/about/company/>. Acesso em: 13 ago. 2023

SARDENBERG, Dalton P. A Governança como Pilar de Sustentação do ESG . *In: SARDENBERG, Dalton P. Sessão 5: O G do ESG: A governança deve ser a base do ESG*, [s. l.], 2020. Disponível em: https://ci.fdc.org.br/AcervoDigital/E-books/2021/ESG%201/Sess%C3%A3o%205_2022.pdf. Acesso em: 7 jun. 2023.

SASB STANDARDS — SASB. [Site institucional], 2023. **About**. Disponível em: <https://sasb.org/about/>. Acesso em: 23 mai. 2023.

SCHMIDT, Rafael. **Difusão das Práticas de Responsabilidade Social Corporativa: Uma Análise dos Conceitos Definidos pela Teoria Institucional**. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade do Vale dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

SCROFERNEKER, Cleusa M. Andrade; AMORIM, Lidiane R.; OLIVEIRA, Rosângela F. Comunicação organizacional e estratégia: (re) pensar para compreender. *In: VIII CONGRESSO ABRAPCORP*. 2014, Londrina. **Anais[...]** Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2014. Disponível em: https://abrapcorp.org.br/arquivos/Abrapcorp_Anais_2014.pdf Acesso em: 7 jun. 2023.

SEBRAE. **O que é Greenwashing?** Veja a importância de evitar práticas de greenwashing. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-greenwashing,88eee6c954e24810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 10 set. 2023.

S&P GLOBAL. **What is the “G” in ESG?**. [s. l.], 2020. Disponível em: <https://www.spglobal.com/en/research-insights/articles/what-is-the-g-in-esg>. Acesso em: 7 jun. 2023.

SIQUEIRA, Camilla L. **Governança corporativa e fator ESG como meios para o impacto social e ambiental no setor empresarial**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais) - Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

SGRILLO, Phillip. **Impacto dos Princípios Environmental Social Governance na Indústria Financeira**. Orientador: Manuel Coelho. 2021. Dissertação (Mestrado) - Curso de Desenvolvimento e Cooperação Internacional, Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2021.

SOBRINHO, Carlos A. **Desenvolvimento sustentável: uma análise a partir do Relatório Brundtland**. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Maringá, 2008.

THE WORLD BANK — TWB. [Site institucional], 2023. **Explore History**. Disponível em: <https://www.worldbank.org/en/archive/history>. Acesso em: 23 mai. 2023.

TRASHIN; AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE — AMCHAM (Brasil). Mas afinal, o que é ESG?. **ESG trends**, 1. ed. [s. l.], 2022, p. 1-60, 2022. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/574114003/Revista-ESG-Trends>. Acesso em: 8 jun. 2023

UNICEF. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Ainda é possível mudar 2030**. [s. l.], 2023. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/a-iniciativa>. Acesso em: 6 jun. 2023.

WEBER, Maria. H. Comunicação Organizacional, a síntese. *Relações Públicas, a gestão estratégica*. **Organicom**, [s. l.], v. 6, n. 10-11, p. 70-75, 2009. DOI:

10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139006. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139006>. Acesso em: 1 ago. 2023.

ZITTEI, Marcus V. Moreira; NASCIMENTO, José O; SILVA, Alex P; LIRA, Magna A. Sanches; LUGOBONI, Leonardo F. Investimento socialmente responsável. Revista Metropolitana de Sustentabilidade, São Paulo, v. 8, n. 3, ed. set./dez.2018, p. 53-68, 10 maio 2018. Disponível em:
<https://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/1562/pdf>. Acesso em: 18 abr. 2023.

APÊNDICE A – TABELA COM A DESCRIÇÃO ANALÍTICA DO RELATÓRIO INTEGRADO DA BRASKEM DE 2022³⁵

N	Expressão Parte do discurso utilizado no relatório	Relatório Em qual parte do todo está contido	Palavras índice Palavras utilizadas para reforçar a mensagem	Categoria Classificada segunda Análise do Discurso	Postura Objetivo da mensagem	Pilar Parte do ASG acionada	Matriz de Materialidade Parte da materialidade Braskem acionada	Página Localização no relatório	Ação O que, de concreto, foi enunciado
1	As pessoas compõem a fundação da estratégia da Braskem, assim nossos integrantes são os protagonistas de nossa história.	Capital Humano	Compõem...são pessoas integrantes protagonistas	Mapeamentos e gestão de riscos	ADOTOU	Social	12. Direitos humanos	35	
2	temos aprimorado nossas ações para o respeito e a promoção dos direitos humanos	Capital Humano	Temos aprimorado respeito direitos humanos promoção	Mapeamentos e gestão de riscos	ADOTOU	Social	12. Direitos humanos	35	
3	atuando continuamente para garantir um ambiente de trabalho seguro, diverso, inclusivo e que traga oportunidade de crescimento e desenvolvimento para todas as pessoas que fazem parte da companhia, levando em conta o bem-estar físico e mental de todos os nossos profissionais.	Capital Humano	Continuamente seguro diverso inclusivo oportunidade crescimento bem-estar mental nossos profissionais	Programas de promoção em DE&I	MANTEVE	Social	9. Diversidade, equidade e inclusão	35	
4	Com base na importância do Capital Humano para o nosso negócio, assumimos compromissos para 2030 relacionados à saúde e segurança, bem como responsabilidade social e direitos humanos.	Capital Humano	Assumimos...para 2030 compromissos saúde segurança responsabilidade social direitos humanos	Ações de engajamento	PLANEJA	Social	11. Saúde, segurança e bem-estar	35	
5	A nossa Política Global de Desenvolvimento Sustentável, Códigos de Conduta para integrantes e terceiros, bem como a proposta de valor ao integrante, o BeUx, reforçam o comprometimento da Braskem com o tema. (direitos humanos)	Capital Humano	Reforçam o Política conduta códigos proposta de valor comprometimento	Mapeamentos e gestão de riscos	ADOTOU	Social	12. Direitos humanos	36	BeUx
6	temos como ponto de partida a realização da due diligence em direitos humanos, para a identificação periódica de potenciais riscos envolvendo a violação destes.	Capital Humano	a realização identificação riscos violação	Mapeamentos e gestão de riscos	ADOTOU	Social	12. Direitos humanos	36	Due Dilligence

Link para acesso à planilha completa:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1exOV7xi2R62HF21dXfYboVjnJZHFuY-yg6_1fMrX1Aw/edit?usp=sharing

³⁵ Devido a grande quantidade de trechos analisados, optou-se por incluir a figura como exemplo da tabela de descrição analítica e disponibilizar o documento completo por meio do hiperlink.