

## **ESG e Responsabilidade Social nas empresas sob a perspectiva de Relações Públicas<sup>1</sup>**

Marianna Farias FREITAS<sup>2</sup>  
Flávia Martins dos SANTOS<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

Estudo sobre os aspectos teóricos das estratégias de *ESG*, as relações públicas e a responsabilidade social das organizações. Este trabalho tem por objetivo discutir as aproximações entre relações públicas e *ESG*, verificar quais são as estratégias de comunicação de uma organização com práticas de *ESG*. O referencial teórico abrange os temas de relações públicas, *ESG*, responsabilidade social e agenda 2030.

**PALAVRAS-CHAVE:** relações públicas; responsabilidade social; *ESG*; organizações.

### **1. Introdução**

A estratégia da Agenda 2030, organizada pela Organização Mundial das Nações Unidas, foi concebida com o objetivo de transformar o panorama socioeconômico global a partir dos seus 17 objetivos de desenvolvimento sustentável. O Brasil, apesar de ter se comprometido com a iniciativa, não registra avanços significativos e enfrenta diferentes obstáculos relacionados à desigualdade social. É imperativo, para que essa realidade seja modificada, não apenas adotar medidas governamentais, mas também contar com iniciativas do setor privado e da sociedade civil, de maneira ativa. Atualmente, as empresas desempenham um papel crucial e direto nesse contexto. Por meio de ações voltadas para todos os âmbitos da sustentabilidade e a promoção da igualdade social, é possível gradualmente mudar a realidade brasileira.

No âmbito desse processo de transformação e inovação, a comunicação desempenha um papel crucial. Mediante a isso, também, as relações públicas emergem como uma atividade de relacionamento e estratégia, no reforço da transparência, construção de confiança e reputação junto aos públicos para o alinhamento e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação Organizacional e Relações Públicas, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Federal de Goiás, email: [mariannafarias@egresso.ufg.br](mailto:mariannafarias@egresso.ufg.br)

<sup>3</sup> Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás (UFG), e-mail: [flaviamartins21@ufg.br](mailto:flaviamartins21@ufg.br)

manutenção de narrativas e práticas que destacam os esforços de uma organização diante dos princípios de sustentabilidade.

Se torna notória a importância do profissional de Relações Públicas como peça-chave no cenário da construção de uma cultura organizacional sustentável com fins de responsabilidade socioambiental e ética no dia a dia corporativo, desde práticas rotineiras dos colaboradores a ações macro em seus produtos e serviços.

Através das análises e pesquisas sobre o campo de Responsabilidade Social acessadas durante a escrita desse trabalho, surge o termo “*ESG*”, que dá destaque às questões ambientais, sociais e de governança dentro do setor privado, com o foco principal na relação com os investidores. Segundo a revista Exame<sup>4</sup>, “este novo modelo mental de gerar valor começou a entrar nas estratégias de negócios das grandes empresas e influenciar os seus fornecedores”. Assim, nesse contexto, um ponto a ser destacado, dentro do âmbito da relação entre as Relações Públicas e a sustentabilidade, é a sua competência do profissional de comunicação para o exercício de atividades *ESG*, ligadas a ações práticas para a obtenção de sucesso.

O trabalho em questão trata da temática das Relações Públicas e o desenvolvimento de *ESG* nas das organizações. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é discutir as aproximações entre relações públicas e *ESG*.

## **2. Relações Públicas e Responsabilidade Social**

No cenário das organizações, as Relações Públicas surgem como uma estratégia para intermediar o relacionamento entre os seus públicos, tornando-se o conjunto de práticas multidisciplinares que desempenham um papel fundamental na gestão da imagem e na construção de relacionamentos transparentes. Como afirma James Grunig (2009, p. 19), o papel das Relações Públicas é gerenciar a construção de imagens sobre as organizações, desde a orientação do comportamento até moldar os interesses de públicos internos e externos. Fundamentado nisso, é por meio das Relações Públicas que existe o compromisso de formar e preservar a longo prazo de maneira estratégica o relacionamento entre os públicos, conhecendo suas características e necessidades por meio da instauração de suas interações dentro de uma organização.

---

<sup>4</sup> De acordo com a Revista Exame, *ESG* direciona decisão de 99% dos investidores no Brasil. Disponível em: <https://exame.com/bussola/esg-direciona-decisao-de-99-dos-investidores-no-brasil-diz-pesquisa/>. Acesso em: 14 jan. 2024.

Neste cenário, é por meio das relações públicas que, segundo França (2006), as organizações se tornam mais transparentes, dialógicas e preocupadas com seus públicos, fazendo com que a atuação do profissional seja concentrada no planejamento e no gerenciamento das políticas permanentes de conexão da organização com os públicos.

Com esse propósito, é necessário ressaltar que práticas de responsabilidade social nas organizações devem ser pensadas como formas de sustentabilidade organizacional. Os pioneiros estudiosos das Relações Públicas já alinhavam o conceito à função social da profissão, sendo ela, conforme Andrade (1996), o conjunto de benefícios exercidos pelas organizações a serviço de toda a sociedade, oferecendo assim, propósito, valores, compromissos sociais e identidade institucional mais forte e sustentável para as empresas.

A responsabilidade social das empresas depende do estabelecimento de objetivos e referenciais estratégicos para o alcance de ideais perante a sociedade, executando assim ações que sejam cabíveis e de interesse daqueles que estão sendo beneficiados e entendendo que ela deve ser vista como um processo e filosofia organizacional, e não de forma ordinária, como apenas práticas. Dessa forma, ela vem de um âmbito inovador, onde a organização busca estratégias coletivas que valorizem a cidadania, promovendo equidade social, inclusão e civilidade. Há uma nova consciência empresarial, onde as organizações buscam prestar serviços e produtos não apenas em prol filantrópico, mas sim, por um compromisso social e direito.

Assim, percebe-se o desenvolvimento de ações que gerem valores sociais, estreitando laços, criando valores, executando planejamentos e norteando relações reais sob um olhar estratégico com o objetivo de gerar resultados e compromissos éticos, que vão muito além de apenas investimentos financeiros.

### **3. ESG e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU**

Na atualidade, lideranças e investidores estão cada vez mais preocupados em direcionar investimentos, tomadas de decisões e consumos para práticas sustentáveis nas organizações em busca de um efeito consciente e humano no dia a dia das empresas. A consciência por ações com sustentabilidade consente na análise de empresas mais socialmente responsáveis, como no envolvimento e direcionamento de recursos financeiros na tomada de decisões estratégicas, com base nos critérios que priorizem a sustentabilidade.

O termo *ESG*, é a sigla em inglês que significa *environmental, social e governance* (ambiental, social e governança). a sigla foi criada em 2004 nos Estados Unidos pelo secretário geral, Kofi Annan, da ONU (Organização das Nações Unidas) em uma provocação a 50 empresários de grandes instituições financeiras sobre condições de responsabilidade socioambiental e ética, para obter soluções dos bancos ao integrar as estratégias de *ESG* ao mercado.

No contexto de *ESG*, a letra E, o pilar ambiental, envolve práticas voltadas para a conservação e preservação do meio ambiente, discutindo temas como: poluição do ar, rio e mares, aquecimento global, gestão hídrica, gestão de resíduos, desmatamento e biodiversidade. Já a letra S, o pilar social, se refere às ações de impacto no bem-estar humano e os seus reflexos em todos os stakeholders da organização, como: diversidade, equidade de gênero, direitos trabalhistas, direitos humanos, sucesso e experiência do cliente, proteção de dados e privacidade. Por fim, a letra G, o pilar de governança, engloba as estratégias de liderança e práticas de gestão administrativa de uma organização, como: compliance, ética, transparência, gestão de pessoas, conduta corporativa, gestão de crises e riscos e política anticorrupção.

Em conformidade a isso, é imprescindível que a organização possua ações que contribuam para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, nos quais, tem a finalidade de manifestar a busca por uma sociedade equitativa abrangendo aspectos econômicos, sociais e ambientais de progresso sustentável.

Também conhecida como Agenda 2030, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável contém 17 itens, sendo eles: Erradicação da pobreza; Fome zero e agricultura sustentável; Saúde e bem-estar; Educação de qualidade; Igualdade de gênero; Água limpa e saneamento; Energia limpa e acessível; Trabalho decente e crescimento econômico; Indústria, inovação e infraestrutura; Redução das desigualdades; Cidades e comunidades sustentáveis; Consumo e produção sustentáveis; Ação contra a mudança global do clima; Vida na água; Vida terrestre; Paz, justiça e instituições eficazes; Parcerias e meios de implementação.

Organizações que possuem o compromisso de uma responsabilidade socioambiental e ética a longo prazo alcançam oportunidades de evolução e redução de futuras ameaças. Deste modo, a adesão das organizações aos ODS da ONU, torna evidente nas práticas de *ESG* a identificação e abordagem de todos os seus impactos na

sociedade, abrangendo aspectos econômicos, sociais e ambientais, contribuindo assim para um futuro mais igualitário e sustentável, que a longo prazo guiam novas oportunidades de crescimento, desenvolvimento e gestão de possíveis ameaças.

## **5. Relações Públicas e ESG**

Observando a adoção de práticas de responsabilidade socioambiental ética nas empresas, entende-se que elas vão além de uma demanda mercadológica, fomentando benefícios, como a reputação, bem-estar da sociedade e o relacionamento empresarial, transformando negócios e o mundo. Entende-se que estar em conformidade na adoção das práticas de *ESG* podem gerar benefícios para o meio ambiente e a sociedade, porém principalmente para a organização, atraindo mais investimentos e impulsionando o crescimento econômico.

Ao entender que estar em conformidade na adoção das práticas de ESG podem gerar benefícios para o meio ambiente e a sociedade, porém principalmente para a organização, atraindo mais investimentos e impulsionando o crescimento econômico, assim para Fortes (2003, p.21), “[...] às Relações Públicas está reservado o trabalho de conhecer e analisar os componentes do cenário estratégico de atuação das empresas, com a finalidade de conciliar os diversos interesses”.

Sendo assim, além de gerar valor financeiro para a empresa e todos os seus acionistas, integrar práticas de questões sociais, ambientais e de governança, pode melhorar também a confiança da sociedade diante da organização, gerando relacionamentos mais fortes, leais, positivos e duradouros com os seus clientes e comunidade. Dessa forma, é efetivo incorporar tais critérios para que empresas contemplem uma cultura organizacional mais integrada com os seus valores e deveres sociais, em todas as áreas da empresa, desde a tomada de decisões estratégicas frente aos investidores até a gestão de crises.

## **CONCLUSÃO**

As Relações Públicas são capazes de estabelecer a gestão dos relacionamentos intrinsecamente ligados ao conceito mais amplo de sustentabilidade empresarial, a responsabilidade social. Nota-se que organizações, independentemente de seu porte, promovem normativas que vão além da lucratividade, promovendo ações que

beneficiem o bem-estar do local onde estão inseridas e da sociedade como um todo. O tema deste trabalho, as estratégias de *ESG*, refletem a necessidade de uma comunicação mais eficiente e sustentável no ambiente organizacional, construindo uma relação pouco explorada no âmbito da comunicação.

Também é observado que a sociedade possui um posicionamento consistente aos compromissos das instituições em relação, por exemplo, ao meio ambiente, à desigualdade social e à ética. Entendendo assim a sua busca por estratégias que promovam ações que influenciam diretamente na relação entre as organizações com seus públicos.

Nesse sentido, acredita-se que o profissional de Relações Públicas apresenta competências técnicas e teóricas necessárias no exercício profissional de *ESG*. Sua atuação permite qualificar o desenvolvimento de estratégias e aprimorar práticas. O papel da comunicação nas empresas é imprescindível, desde o atendimento de necessidades dos colaboradores até o interesse da sociedade, considerando assim, o relações-públicas pode utilizar suas habilidades para gerenciar os relacionamentos com os públicos no que tange o meio ambiente, o social e a governança.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Dicionário profissional de relações públicas e comunicação e glossário de termos anglo-americanos**. São Paulo: Summus Editorial, 1996.

FORTES, Waldir Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. São Paulo: 2. Ed. Summus, 2003.

FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas para o século XXI: relacionamento com pessoas**. In: KUNSCH, M. M. K. (org). *Obtendo resultados com relações públicas*. 2. ed. São Paulo/SP: Thomson Learning, 2006.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. **Relações Públicas: teoria, contexto e relacionamento**. São Paulo: Difusão Editora, 2009.

TERRA, Carolina Frazon. **Tudo Pelo Social: A Responsabilidade Social como uma das Atribuições de Relações Públicas**. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2004.