



GOVERNANÇA CORPORATIVA SUSTENTÁVEL NO ALINHAMENTO DA DISCLOSURE AMBIENTAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA REVISÃO DE LITERATURA NO PERÍODO DE 2019 A 2023

CARINA SEVERO DA SILVA CECHIN FAGUNDES; ROCHELE FERREIRA DA SILVA;
LUCAS VEIGA AVILA

RESUMO

A sustentabilidade tornou-se um tema central nas discussões acadêmicas e empresariais, evidenciando a importância da transparência e da responsabilidade nas práticas corporativas. Este estudo investiga o papel crescente da governança corporativa no contexto da sustentabilidade, com ênfase na divulgação ambiental e na responsabilidade social. A análise foi fundamentada em um levantamento bibliográfico dos últimos cinco anos, utilizando a base de dados da Web of Science. Os resultados destacam que a gestão eficiente e a governança corporativa são essenciais para enfrentar os desafios ambientais e sociais atuais. A divulgação ambiental surge como ferramenta estratégica para fortalecer a legitimidade organizacional e aumentar o impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. No entanto, ainda há necessidade de melhorar essa comunicação para atender às expectativas das partes interessadas e garantir práticas corporativas mais sustentáveis. A pesquisa reforça que a transparência é um pilar fundamental para a construção de confiança e valor no mercado. A adoção de práticas de divulgação robustas beneficia as organizações ao atrair investidores conscientes e fortalecer sua confiança. Além disso, integrar objetivos empresariais às demandas ambientais e sociais é indispensável para um futuro mais equilibrado. Em resumo, a governança corporativa sustentável não é apenas uma exigência ética, mas também uma estratégia competitiva essencial para o sucesso das organizações. Ela desempenha um papel crucial na construção de legitimidade e na consolidação da relevância das empresas em um cenário global cada vez mais desafios, marcados por crescentes demandas sociais e ambientais. Adotar práticas sustentáveis não só atende às expectativas dos stakeholders, como também fortalece a confiança corporativa, impulsiona a inovação e contribui para a prosperidade dos negócios em um mercado em transformação constante.

Palavras-Chave: Práticas Corporativas; Sustentabilidade; Divulgação Ambiental; Transparência; Responsabilidade Social.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a sustentabilidade tem ocupado lugar de destaque nas discussões sobre governança corporativa. O aumento da preocupação ambiental desde os anos 1950 impulsionou

organizações a adotarem práticas mais responsáveis, como destaca Mota e Pimentel (2022). Problemas como o descarte inadequado de resíduos e vazamentos químicos levaram a sociedade a exigir mais transparência, o que reforça a importância da divulgação ambiental como ferramenta estratégica, segundo Pereira et al. (2017). Relatórios alinhados a critérios de precisão e relevância permitem que as empresas demonstrem compromisso social e ambiental, garantindo legitimidade perante os stakeholders, conforme a Teoria da Legitimidade (da Silva et al., 2022).

Embora as práticas ESG ganhem interesse entre investidores, ainda há desafios para integrar a divulgação ambiental e a governança corporativa (Oliveira e Silva, 2021). Os estudos apontam lacunas na qualidade das informações divulgadas e na avaliação do desempenho sustentável, destacando a necessidade de métricas mais específicas e pesquisas aprofundadas (IFAC, 2023; Fujitsu, 2022). Além disso, práticas de responsabilidade social corporativa prejudicam os benefícios econômicos a longo prazo e fortalecem a confiança empresarial (Davis, 1960; Gray et al., 1995).

Este panorama reforça a relevância da sustentabilidade como pilar estratégico, destacando a urgência de investigações sobre a relação entre governança corporativa, divulgação ambiental e responsabilidade social, com foco em práticas éticas e impactos no desempenho organizacional.

2 MATERIAL E MÉTODOS

Dalcero e Hoffmann (2022) destacam que, após as discussões sobre desenvolvimento sustentável, as empresas passaram a dar mais atenção aos seus modelos de gestão, anteriormente focados predominantemente na economia, negligenciando o meio ambiente. Instrumentos de governança corporativa tornam-se necessários para o funcionamento mais eficiente dessas organizações. Assim, Souza, Araújo e Neves (2023) argumentam que instrumentos que alinhem os interesses das partes interessadas nessas organizações tornam-se relevantes para investigação. A divulgação de informações corporativas, sejam econômicas ou socioambientais, pode estar relacionada às políticas e práticas de governança corporativa adotadas pelas companhias, afirmam Bomfim, Teixeira e Monte (2020).

Barbosa et al. (2022) concordam que as práticas de Governança Ambiental, Social e Corporativa (ESG) se tornaram pontos de interesse para investidores, acionistas e governos. Considerando essas questões de sustentabilidade, conforme Kantabutra (2021), as empresas têm lutado para transitar da filosofia predominante de maximização de riqueza para uma filosofia de sustentabilidade corporativa mais inclusiva.

A palavra "disclosure", de origem inglesa, traduzida literalmente para o português como "divulgação", refere-se ao ato de evidenciar, expor, revelar ou divulgar informações, conforme apresentado por Mota e Pimentel (2022). No Brasil, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) aprovou, em 19 de agosto de 2004, por meio da Resolução CFC nº 1.003/04, a NBC T 15 (Informações de Natureza Social e Ambiental). Essa resolução passou a vigorar a partir de 1º de janeiro de 2006, sendo recomendada sua adoção antecipada (RESOLUÇÃO CFC Nº

1.003/04). A NBC T 15 estabelece conceitos, objetivos, informações a serem divulgadas e disposições finais, permitindo às entidades acrescentar ou detalhar outras informações relevantes.

De acordo com o CPC 15, o grau de incerteza das informações também influencia o mercado de capitais, podendo subestimar ou superestimar o valor de algumas

propostas. Além disso, Souza, Araújo e Neves (2023) adicionam que a qualidade da informação é essencial para a segurança do usuário ao analisar uma empresa, pois quanto mais atributos, melhor será a divulgação de fatos precisos e relevantes para a tomada de decisões.

Amorim e Souza (2022) afirmam que grandes empresas divulgam mais do que empresas de menor porte, e o nível de disclosure ambiental é mais alto em países com leis ambientais mais rigorosas. Bomfim, Teixeira e Monte (2020) evidenciam que os relatórios de sustentabilidade corporativa evoluíram para se tornar um meio fundamental para a comunicação das empresas com a sociedade em geral. Além disso, são considerados essenciais para legitimar as ações das empresas, a ponto de, nos últimos anos, os líderes empresariais passarem a vê-los como componentes indispensáveis na formulação da estratégia organizacional.

Sob a perspectiva da disputa de poder no contexto da sustentabilidade, o disclosure da sustentabilidade produzido voluntariamente pelas corporações pode ser visto como parte do processo de construção de seu capital simbólico. O disclosure da sustentabilidade é proposto como parte do mecanismo de reprodução, que, por meio de uma maneira específica de contar as histórias das relações entre corporação e sociedade, não promove um processo dialógico de responsabilização numa perspectiva multidimensional de sustentabilidade, conforme concluem Sousa e da Silva Junior (2022).

Assim, as práticas de ESG representam, essencialmente, uma mudança cultural (também corporativa) que rejeita o modelo de lucro a qualquer custo. O mercado consumidor, por sua vez, tem demandado das marcas uma conduta socioambiental sustentável, destacam Dalcero e Hoffmann (2022).

A maneira como as informações são apresentadas reflete as orientações da empresa, o nível de gestão de riscos e investimentos, prevenindo surpresas desfavoráveis para os beneficiários, que poderiam resultar em prejuízos futuros nos investimentos. De forma relevante, Dalcero e Hoffmann (2022) destacam que é notória a importância da sustentabilidade para as empresas, não apenas por sua solvência financeira, mas também pela preocupação com sua reputação perante a sociedade e seus clientes. Nesse sentido, cabe relacionar tal conceito com o ganho reputacional que as empresas têm ao manter práticas sustentáveis. Conforme o CPC 04, o valor da imagem de uma instituição será mensurado e contabilizado no ativo intangível, tornando-se um indicador relevante para investidores, especialmente para aqueles que desejam realizar investimentos socialmente responsáveis.

Sob uma ótica oportunista, os gestores manipulam informações para proteger sua reputação e garantir remuneração mais elevada. Na perspectiva informativa, os gestores manipulam informações para oferecer dados mais relevantes aos investidores, endossa Salem et al. (2021). Os benefícios econômicos e doações, por exemplo, promovidos por uma grande corporação a uma comunidade, funcionam como um processo de construção de sua legitimidade. A reciprocidade dos beneficiados pode ser utilizada em forma de depoimentos e participação na construção de relatórios sociais, conforme demonstrado por Sousa e da Silva Junior (2022) em seu trabalho.

A distinção fundamental entre a teoria das partes interessadas e a teoria da legitimidade reside na fonte de fornecimento das informações, conforme apresentado por Mota e Pimentel (2022). Pereira et al. (2017) destacam que a evidenciação não significa apenas divulgar, mas divulgar com qualidade, oportunidade e clareza.

O estudo, de natureza aplicada e abordagem qualitativa, caracteriza-se como descritivo e de corte transversal. Utilizou-se pesquisa bibliográfica com base em estudos anteriores e no banco de dados Web of Science (WOS), empregando palavras-chave como “disclosure ambiental”, “governança corporativa” e “responsabilidade nas organizações”. A análise dos

dados foi realizada com o software VOSviewer, que permite visualizar redes de coautoria, termos e palavras-chave, identificando tendências e lacunas na literatura. Os critérios de análise incluíram anos de publicação, autores, países, temas e categorias. Com base na metodologia Proknow-C, foram selecionados 136 artigos relevantes, que passaram pela análise de conteúdo, evidenciando padrões e temas recorrentes sobre governança corporativa, divulgação ambiental e responsabilidade social.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Governança Corporativa e Sustentabilidade: Uma Análise de Dados Científicos

Os resultados deste estudo apresentam uma visão abrangente sobre as práticas de governança corporativa, divulgação ambiental e responsabilidade social com base na análise de 136 artigos científicos. As análises se concentraram em produção acadêmica, palavras-chave, redes de autores e restrições. O levantamento demonstra um foco expressivo em Ciências Ambientais e Estudos Ambientais, que juntos representam mais de 55% do total de publicações, destacando a relevância de questões ecológicas e de sustentabilidade. Paralelamente, áreas como Negócios e Gestão abarcam cerca de 75% dos registros, refletindo o crescente interesse corporativo em integrar práticas sustentáveis às estratégias empresariais.

A Conexão Entre Divulgação Ambiental e ESG

Apesar da divulgação ambiental integrar práticas ESG (Environmental, Social, and Governance), os dados indicam que muitas empresas ainda não seguem os padrões recomendados, como apontado pelo IFAC (2023). No entanto, observa-se um movimento crescente em direção à adoção de análises ESG, impulsionado por investidores e credores. Obstáculos como a inconsistência e a baixa comparabilidade dos dados de sustentabilidade permanecem desafios relevantes.

Análises Temporais e Geográficas

O ano de 2023 liderou em número de publicações, evidenciando o aumento recente de estudos relacionados. A análise geográfica revela uma diversidade de contribuições, com destaque para China, Itália e Inglaterra, que lideraram em registros científicos. Outros países, como Estados Unidos, Brasil e Canadá, também mostram presença significativa, reforçando a dimensão global do tema.

Diversidade de Autores e Afiliações

A pesquisa identificou 381 autores diferentes, sem concentração em um único pesquisador, o que demonstra uma distribuição equilibrada de contribuições. Da mesma forma, 277 afiliações institucionais evidenciaram uma ampla variedade de organizações engajadas em estudos de governança e sustentabilidade, incluindo universidades como Concordia University e Université de Montréal.

Tendências e Perspectivas

Os resultados destacam um interesse crescente em práticas empresariais sustentáveis e governança ambiental. A predominância de estudos em Ciências Ambientais e Gestão reflete a busca por integrar estratégias corporativas e de sustentabilidade. A interdisciplinaridade limitada, no entanto, aponta a necessidade de expandir o escopo para incluir áreas como Ciências Sociais e Ética, ampliando as perspectivas sobre governança e divulgação ambiental.

Esse panorama evidencia a relevância de consolidar padrões globais e interdisciplinares para fortalecer as práticas de sustentabilidade no ambiente corporativo.

4 CONCLUSÃO

A crescente relevância das questões ambientais e de sustentabilidade, tanto no cenário nacional quanto internacional, tem despertado atenção significativa de acadêmicos, empresas e investidores. Desde meados do século XX, a preocupação com o meio ambiente tem moldado políticas públicas, estratégias empresariais e a conscientização social. Estas consequências refletem a necessidade urgente de adaptação a uma realidade onde a transparência e a responsabilidade não são apenas desejáveis, mas essenciais para a sobrevivência e o sucesso organizacional (SACHS, 2009).

No Brasil, a prática de divulgação socioambiental destaca-se como uma ferramenta estratégica para investidores e empresas. Ao apresentar relatórios detalhados sobre sustentabilidade, como as organizações não apenas atendem às demandas de um mercado cada vez mais exigente, mas também reforçam sua legitimidade perante a sociedade. A teoria da legitimidade sustenta que as empresas buscam acesso social para suas atividades, e a divulgação de informações socioambientais emerge como uma resposta direta a essa necessidade (DEEGAN, 2002). Essa interação entre governança corporativa e responsabilidade social é essencial para alinhar práticas empresariais aos objetivos de longo prazo de impacto positivo no meio ambiente e na sociedade (FREEMAN; REED, 1983).

Embora tenha havido avanços no entendimento da relação entre desempenho socioambiental e a qualidade das informações divulgadas, ainda existem desafios a serem superados. A lacuna de pesquisa em relação ao impacto direto do desempenho ambiental corporativo na qualidade e na extensão das informações divulgadas aponta para a necessidade de estudos mais aprofundados. Além disso, é crucial investigar como as empresas podem manipular informações para mascarar práticas insustentáveis, identificando mecanismos que garantam maior confiabilidade na divulgação (CLARKSON et al., 2008).

Em síntese, a governança corporativa, quando integrada às práticas de sustentabilidade e transparência, desempenha um papel central na promoção de um futuro mais responsável e sustentável. Empresas que investem em ações concretas e adotam uma postura transparente estão melhor posicionadas para atender às expectativas da sociedade, conquistando a confiança dos stakeholders e criando valor a longo prazo (ELKINGTON, 1997). O estudo realizado contribui significativamente para esse debate, mas reforça a necessidade de pesquisas contínuas que aprofundem o conhecimento sobre as complexas interações entre desempenho socioambiental, governança corporativa e qualidade da informação divulgada. Assim, o avanço nesta área não é apenas desconfortável, mas fundamental para uma transição sustentável e equilibrada nos mercados globais (GRAY; OWEN; ADAMS, 1996).

REFERÊNCIAS

AMORIM, A.; SOUZA, F. O papel das grandes empresas na divulgação ambiental. São Paulo: Editora Sustentável, 2022.

BARBOSA, L.; SILVA, J.; REIS, M. Governança ESG: Práticas empresariais e impactos sociais. Rio de Janeiro: Editora Ambiental, 2022.

BOMFIM, R.; TEIXEIRA, A.; MONTE, F. Relatórios de sustentabilidade corporativa e a governança moderna. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 3, pág. 453-472, 2020.

CLARKSON, PM et al. Revisitando a relação entre desempenho ambiental e divulgação ambiental: Uma análise empírica. *Contabilidade, Organizações e Sociedade*, v. 33, n. 4-5, p. 303-327, 2008.

DALCERO, P.; HOFFMANN, V. *Gestão e sustentabilidade: Governança e divulgação ambiental*. Porto Alegre: Bookman, 2022.

DAVIS, K. Responsabilidade Social Corporativa e Poder Corporativo. *California Management Review*, v. 2, n. 2, p. 70-76, 1960.

DEEGAN, C. O efeito legitimador das divulgações sociais e ambientais – uma fundação teórica. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002.

ELKINGTON, J. *Canibais com garfos: o triplo resultado dos negócios do século XXI*. Oxford: Capstone, 1997.

FREEMAN, RE; REED, DL *Acionistas e partes interessadas: Uma nova perspectiva sobre governança corporativa*. *California Management Review*, v. 25, n. 3, p. 88-106, 1983.

FUJITSU. *Sustentabilidade e Governança Corporativa*. Japão: Fujitsu Research, 2022.

GRAY, R.; ADAMS, C. *Contabilidade e responsabilização: Mudanças e desafios em relatórios sociais e ambientais corporativos*. Londres: Prentice Hall, 1996.

IFAC. *Padrões de divulgação de sustentabilidade para o futuro*. Nova York: IFAC Publications, 2023.

KANTABUTRA, S. *Sustentabilidade Corporativa em Economias Emergentes*. Bangkok: Emerald Publishing, 2021.

MOTA, A.; PIMENTEL, L. *Divulgação ambiental e a construção da legitimidade corporativa*. Belo Horizonte: Editora Gestão Verde, 2022.

OLIVEIRA, R.; SILVA, M. *ESG e Governança Corporativa no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2021.
PEREIRA, L. et al. *Transparência ambiental e impacto organizacional: Uma análise crítica*. *Revista Brasileira de Administração*, v. 1, pág. 12-28, 2017.

RESOLUÇÃO CFC Nº 1.003/04. *Normas Brasileiras de Contabilidade: Informações de natureza social e ambiental*. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2004.

SACHS, I. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Garamond, 2009.

SALEM, R. et al. *Divulgação Estratégica e Sustentabilidade Corporativa*. *Revista Internacional de Responsabilidade Corporativa*, v. 1, pág. 45-60, 2021.

SOUSA, L.; DA SILVA JUNIOR, R. *Divulgação ambiental e capital simbólico nas corporações*. *Revista de Sustentabilidade Corporativa*, v. 4, pág. 89-104, 2022.

SOUZA, M.; ARAÚJO, P.; NEVES, T. *Governança corporativa e qualidade da informação: Um estudo aplicado*. *Caderno de Administração Pública*, v. 2, pág. 34-56, 2023.