

A IMPORTÂNCIA DOS CANAIS DE RELACIONAMENTO PARA O TEMA ESG NAS ORGANIZAÇÕES

Gustavo Ribeiro de Aguiar¹

Paola Bonow Balthazar da Silveira²

Resumo

O presente artigo tem como escopo apresentar os canais de relacionamento, incluindo as ouvidorias, como um importante instrumento na estratégia ESG das organizações. Por meio de uma revisão bibliográfica nacional e internacional e pesquisa em relatórios anuais e de sustentabilidade de seis empresas do setor de energia, os autores reforçam o papel estratégico da ouvidoria na comunicação com as partes interessadas e os temas materiais identificados nos relatórios analisados. Como resultado, observa-se a preocupação das empresas em construir um propósito que ressalte sua razão de ser em um cenário de longo prazo, a importância dada aos aspectos ESG e a atuação dos canais de relacionamento, como a ouvidoria, para o alcance de metas. A comunicação dos resultados para as partes interessadas é fundamental, e o papel da ouvidoria se mostra essencial ao fazer essa conexão entre a organização e os *stakeholders*. Transformar os canais de relacionamento em canais de engajamento é uma tarefa sintonizada com os valores ESG. Assim, é essencial compreender que o papel desses canais vai além de escutar o público, envolvendo a participação ativa desse público nos assuntos e impactos promovidos pelas organizações. A pesquisa realizada não tem a ambição de esgotar o tema. Sugerem-se novas pesquisas no setor de energia e em outros setores estratégicos da economia para avaliar o impacto dos canais de relacionamento como ativos tangíveis e intangíveis para a sustentabilidade das organizações.

Palavras-chave: Canais de relacionamento. Ouvidoria. ESG. Setor elétrico.

DOI:10.37814/2594-5068.2023v6.p53-62

1 Ouvidor da Eletrobras Chesf – Recife, PE, Brasil. Mestre em Economia pelo Pimes/Universidade Federal de Pernambuco. Bacharel em Administração pela Concordia University, Portland, OR, Estados Unidos. (gaguiar34@hotmail.com)

2 Ouvidora da Eletrobras Furnas – Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Mestra em Gestão e Estratégia pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e em Psicologia pela Universidade Estácio de Sá. (paolabonow@gmail.com)

Abstract

The purpose of this article is to present the communication channels, including the ombudsman, as an important tool in the organizations' ESG strategy. Through a national and international bibliographic review and research on sustainability reports from six companies in the energy sector, the authors reinforce the strategic role of the ombudsman in communicating with interested parties and the material topics identified in the analyzed reports. As results obtained, it is possible to observe the concern of companies to build a purpose that emphasizes their reason for being in a long-term scenario, the importance given to ESG aspects and the performance of communication channels, such as the ombudsman, to achieve goals. Communicating results to stakeholders is essential, and the role of the ombudsman becomes crucial in connecting organization and stakeholders. Transforming communication channels into engagement channels is a task in tune with ESG values. Thus, understanding that the role of these channels goes beyond listening to the public encompasses the active participation of this public in the issues and impacts that the organizations promote. The research carried out does not intend to exhaust the subject. New research is suggested in the energy sector and in other strategic sectors of the economy to assess the impact of communication channels as tangible and intangible assets for the sustainability of organizations.

Keywords: Communication channels. Ombudsman. ESG. Electric sector.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as empresas reconhecem que práticas de ESG (ambientais, sociais e de governança) estão diretamente ligadas à sua performance, e dia após dia avaliam riscos e oportunidades a serem considerados no que tange aos seus negócios (ACCENTURE, 2022). Em linha com esse modo de pensar, os líderes ou CEOs (chief executive officers) de empresas estão se conscientizando sobre a importância de definir um sentido ou propósito para elas que não seja somente voltado para o lucro, mas que seja pautado primordialmente na contribuição que a empresa oferece à sociedade como um todo. O líder da BlackRock, maior companhia de gestão de ativos do mundo, Larry Fink apresenta essa perspectiva quando assinala: “Nunca foi tão essencial para os CEOs ter uma voz consistente, um propósito claro, uma estratégia coerente e uma visão de longo prazo. O propósito da sua empresa é sua estrela-guia nesse ambiente tumultuado” (FINK, 2022).

Dessa forma, as empresas têm procurado ampliar sua visão de negócios, estabelecendo um propósito que incorpore em suas metas a possibilidade de criar valor para as partes relacionadas, incluindo, além dos clientes e investidores, colaboradores da empresa, fornecedores, instituições conveniadas, comunidades envolvidas pelo negócio da empresa, meios de comunicação, governo e demais órgãos que exercem ou sofrem influência da empresa como um todo, objetivando o bem-estar da sociedade, no comprometimento com os benefícios e malefícios advindos da operação do negócio.

Dentro dessa perspectiva, a ouvidoria, como canal de relacionamento com os públicos de interesse da empresa, torna-se importante solução de negócio e essencial para a recepção das diversas demandas provenientes das partes relacionadas, atuando como mecanismo de tratamento e resolução de conflitos, propondo melhorias aos processos e atividades e tendo um papel de destaque na identificação e prevenção de riscos para a empresa. Dessa forma, proporciona e fomenta o relacionamento, recebe e trata as demandas e propõe, acolhe e busca consenso de forma a contribuir para a gestão.

Este artigo pretende explicitar o alinhamento entre o arcabouço do ESG – enquanto práticas de negócio socialmente responsáveis e sustentáveis – e as práticas das ouvidorias, que têm especial vocação para contribuir para a agenda ESG e alavancar os resultados empresariais e para a sociedade. Para tanto, os autores utilizaram como metodologia de trabalho a pesquisa documental, por meio da leitura, análise e interpretação do propósito, objetivo ou visão de futuro, dos temas materiais, “que representam os impactos mais significativos da organização na economia, no meio ambiente e nas pessoas” (GRI STANDARDS, 2021), e dos canais de relacionamento de seis organizações do setor de energia, que é o setor onde os autores têm mais de dez anos de experiência. Tais informações foram pesquisadas pelos autores nos respectivos relatórios de sustentabilidade das organizações e divulgadas nas páginas da internet para acesso público, a fim de construir esse alinhamento, analisando os pontos de conexão, atenção e possíveis melhorias.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 O Setor de Energia e a Sustentabilidade

Em sua dissertação de mestrado, LOURENÇO (2022) cita alguns episódios trágicos da história brasileira que contribuíram para uma revisão da lacuna existente em empresas no que tange

ao compromisso social de seu negócio. Dentre esses episódios, estão os desastres ambientais provocados pelo rompimento de barragens em Mariana (MG), em 2015, sob responsabilidade da Samarco Mineração S.A., e em Brumadinho (MG), 2019, da Vale S.A. Mais recentemente, no início de 2023, vinícolas brasileiras foram acusadas de fazer uso de mão de obra em condições similares à escravidão.

Esses fatos levam a crer que, para além do objetivo econômico/financeiro, as empresas devem atentar para as questões ligadas à governança, ao social e ao meio ambiente. Esses três pilares juntos formam o ESG, impulsionados por exigências advindas do índice de sustentabilidade da Bolsa de Valores do Brasil (ISE B3) e também do cumprimento da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, que é um plano de ação para as pessoas, para o planeta e para a prosperidade (ONU, 2015), buscando maior engajamento do setor privado na implementação dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), esses objetivos e metas estimularão a ação para os próximos anos em áreas de importância crucial para a humanidade e para o planeta (ONU, 2015).

Dessa forma, acredita-se que há um movimento de solidificação nas empresas direcionado à sustentabilidade de seu negócio, que enfatiza e alinha a sua razão de ser – o que pode ser chamado de “propósito” – ao que se costuma chamar de “materialidade” – ou seja, os temas essenciais para a perenidade do negócio.

A escolha desses temas abrange uma consulta às partes envolvidas no negócio, ou *stakeholders*, desde líderes e alta administração, passando por colaboradores, instituições, clientes, fornecedores e toda a cadeia de valor que atravessa o negócio. Assim, por meio desse processo participativo, a empresa passa a incluir o compromisso social em suas metas, proporcionando uma amplitude maior de benefícios e compromissos. Em linha com essa percepção, a escuta ativa, ferramenta essencial das ouvidorias, torna-se uma importante contribuição para o processo participativo, por meio da disponibilização aos *stakeholders* de um canal específico para recebimento de sugestões sobre os temas materiais, podendo também colaborar na elaboração de um rol de assuntos mais demandados e mais sensíveis tratados no âmbito do processo de ouvidoria.

O Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa (IBGC, 2023), em sua 6ª edição, reflete mudanças direcionadas à perspectiva ESG, trazendo foco às partes interessadas e incorporando aos princípios da governança corporativa dois temas em consonância com a organização, que são a integridade e a sustentabilidade. Observa-se a ampliação do conceito de valor financeiro para o conceito de valor sustentável, incluindo a organização, a sociedade e o planeta. Logo nos fundamentos, o IBGC enfatiza a relevância da “ética como fundamento da governança corporativa” (p. 15) e do propósito: “Nesta 6ª edição, o Código reforça a importância de as organizações definirem seu propósito, ou seja, sua razão de existir” (p. 15). Também atualiza os princípios de “responsabilidade corporativa” para “sustentabilidade” e inclui a “integridade” como princípio novo, além de outras mudanças.

Dessa forma, buscou-se neste artigo conectar o propósito das organizações e de seus temas materiais à atuação dos canais de atendimento, como as ouvidorias, que podem contribuir para que tal propósito seja alcançado, proporcionando resultados em sintonia com a perspectiva ESG.

A realização do artigo envolveu pesquisa nos sites de seis empresas do setor de energia que

atuam no Brasil e algumas também no exterior: Eletrobras (território nacional); Enel (multinacional); Vibra (território nacional); Neoenergia (18 estados e no Distrito Federal); Engie (multinacional); Petrobras (território nacional e internacional). Foi realizada a leitura do relatório de sustentabilidade do ano de 2022 de cada empresa pesquisada. Importante destacar que se trata de informações públicas, disponíveis nos respectivos sites das empresas. Para tornar o resumo mais didático, a Tabela 1 estabelece o vínculo entre o propósito e os temas materiais dessas seis empresas e busca analisar a relevância dos canais de relacionamento para a manutenção e o aprimoramento desse vínculo. Além da análise dos relatórios de sustentabilidade dessas empresas, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em fontes nacionais e internacionais a respeito do tema ESG e de canais de relacionamento.

Tabela 1 – Empresas do setor de energia no que tange a propósito, temas materiais e canais de relacionamento

TÓPICOS	ELETROBRAS	ENEL	VIBRA	NEOENERGIA	ENGIE	PETROBRAS
Propósito, objetivo ou visão de futuro	“Colocamos toda a nossa energia para o desenvolvimento sustentável da sociedade.”	“Alinhada à abordagem da nossa estratégia <i>Open Power</i> , a Enel colocou a sustentabilidade ambiental, social e econômica no centro de sua cultura corporativa e está implementando um sistema de desenvolvimento sustentável baseado na criação de valor compartilhado, tanto dentro como fora da empresa.”	“Sempre a postos para mover o Brasil com sua melhor energia.”	“Continuar construindo, a cada dia, de forma colaborativa, um modelo de energia elétrica mais saudável e acessível.”	“Agir para acelerar a transição para uma sociedade neutra em carbono, por meio de consumo reduzido de energia e soluções ambientalmente mais amigáveis.”	“Prover energia que assegure prosperidade de forma ética, justa, segura e competitiva.”
Temas materiais	<ul style="list-style-type: none"> 1 – Ética, integridade e compliance. 2 – Relacionamento com comunidades. 3 – Saúde, bem-estar e segurança do trabalhador. 4 – Mudanças climáticas. 5 – Biodiversidade e serviços ecossistêmicos. 6 – Transição e eficiência energética. 7 – Atração, desenvolvimento e retenção de colaboradores. 8 – Gestão de água e efluentes. 9 – Direitos humanos. 10 – Gestão de riscos e emergência. 11 – Inovação e tecnologia. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 – Infraestrutura e redes. 2 – Descarbonização do mix energético. 3 – Engajamento do cliente. 4 – Produtos e serviços para eletrificação e digitalização. 5 – Governança sólida e conduta corporativa justa. 6 – Criação de valor econômico e financeiro. 7 – Inovação, economia circular e transformação digital. 8 – Temas sociais. 9 – Engajamento das comunidades locais e globais. 10 – Gestão, desenvolvimento e motivação de funcionários. 11 – Saúde e segurança ocupacional. 12 – Cadeia de fornecimento sustentável. 13 – Temas ambientais. 14 – Preservação de ecossistemas e gestão ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 – Transição energética e energia renovável. 2 – Ética, integridade e <i>compliance</i>. 3 – Combate às mudanças climáticas. 4 – Transparência do mercado e preços dos produtos. 5 – Segurança, saúde e bem-estar. 6 – Inovação e tecnologia. 7 – Qualidade e segurança dos produtos. 8 – Atração, desenvolvimento e retenção dos colaboradores. 9 – Gestão de passivos ambientais. 10 – Gestão da cadeia de suprimentos. 11 – Diversidade, inclusão e equidade. 12 – Desenvolvimento das comunidades locais e tradicionais. 13 – Relacionamento com os públicos prioritários. 14 – Privacidade e segurança de dados. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 – Mudanças climáticas. 2 – Satisfação do cliente, eficiência e confiabilidade. 3 – Desempenho econômico e financiamento sustentável. 4 – Cadeia de fornecimento responsável. 5 – Inovação, digitalização e cibersegurança. 6 – Saúde e segurança. 7 – Ética, integridade e transparência. 8 – Diversidade, igualdade e inclusão. 9 – Comunidades locais e clientes vulneráveis. 10 – Biodiversidade. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 – Performance econômica e operacional. 2 – Fomento à sustentabilidade na cadeia de valor. 3 – Estratégia climática. 4 – Energia e emissões de gases de efeito estufa (GEE). 5 – Transição energética justa. 6 – Saúde, segurança e desenvolvimento dos colaboradores. 7 – Promoção dos direitos humanos. 8 – Fomento à diversidade, equidade e inclusão. 9 – Apoio ao desenvolvimento sustentável das comunidades. 10 – Biodiversidade. 11 – Água e efluentes. 12 – Resíduos sólidos. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 – Impactos econômicos. 2 – Integridade nos negócios. 3 – Resiliência climática, emissões de GEE e outros gases. 4 – Prevenção e gestão de acidentes. 5 – Biodiversidade. 6 – Comunidades locais e tradicionais. 7 – Práticas trabalhistas e igualdade de oportunidades. 8 – Segurança, saúde e bem-estar. 9 – Água e efluentes. 10 – Gestão de resíduos e descomissionamento.

TÓPICOS	ELETOBRAS	ENEL	VIBRA	NEOENERGIA	ENGIE	PETROBRAS
Canais de relacionamento	<ul style="list-style-type: none"> •Redes sociais •Ouvidoria •Canal de denúncias •Relações com investidores •Canal da sustentabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> •Agência virtual •Aplicativo Enel •Atendimento via SMS •Atendimento via WhatsApp •Atendimento via 0800 •Lojas de atendimento •Ouvidoria 	<ul style="list-style-type: none"> •Serviço de atendimento ao consumidor •Central de atendimento a emergências •Ouvidoria •Canal de ética •Redes sociais 	<ul style="list-style-type: none"> •Central de atendimento •Portal de clientes corporativos •Aplicativo mobile •Analista de relacionamento •Lojas de atendimento •Agência virtual •Canal de denúncia •Ouvidoria •Redes sociais 	<ul style="list-style-type: none"> •Redes sociais •Relações com investidores •Fórum de Sustentabilidade •Comitê de ética •Fornecedores •Canal de denúncias •Fale conosco 	<ul style="list-style-type: none"> •Redes sociais •Serviço de informação ao cidadão •Canal de denúncia •Solicitações LGPD Petrobras •Canal fornecedor •Ouvidoria geral
Sites na internet de acesso aos Relatórios	https://eletrobras.com/pt/Documents/Eleto-bras_RA_2022.pdf	https://www.enel.com.br/content/dam/enel-br/quemsomos/relatorios-aneais/2022/Relatorio-Anual-de-Sustentabilidade-Enel-Brasil-2022.pdf	https://www.vibraenergia.com.br/sites/default/files/2023-06/vibra-relatorio_sustentabilidade_2022.pdf	https://institucional.neoenergia.com/pt-br/sustentabilidade/configuracoes/RelatSusteNeoenergia/relatorio_anual_sustentabilidade_2022.aspx	https://www.engie.com.br/uploads/2023/06/Engie_RS-2022.pdf	https://sustentabilidade.petrobras.com.br/documentos/1449993/80c5c-f69-cb78-5ae4-aa-27-46f958da64ba

Fontes: Relatórios anuais e de sustentabilidade das empresas Eletrobras, Enel, Vibra, Neenergia, Engie e Petrobras, disponíveis nos respectivos sites.

O setor de energia é a força motriz para o desenvolvimento do planeta. Sem energia não há desenvolvimento e sem fontes de energia limpas a busca pelo desenvolvimento sustentável fica mais difícil. Percebe-se na análise dos propósitos/objetivos e visões de futuro das seis empresas pesquisadas que os temas “desenvolvimento sustentável da sociedade” e “energia limpa” são recorrentes.

As empresas foram escolhidas pela atuação no mercado de energia de forma diversificada, na origem (multinacional e nacional) e natureza pública e privada. Os autores optaram pela pesquisa de base diversificada que retrata com amplitude o quão diverso e cheio de oportunidades é o setor de energia.

Temas materiais no ESG (SEBRAE, 2023) são aqueles que refletem os impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da empresa. São esses temas que podem influenciar as avaliações e as decisões dos *stakeholders*.

A seguir, algumas impressões dos temas materiais indicados nos respectivos relatórios de sustentabilidade das companhias pesquisadas.

O tema “relacionamento com comunidades”, ou seja, “S” de “social”, aparece como material em todos os relatórios de sustentabilidade, o que reforça o conceito de que os negócios de energia, sejam de matriz limpa ou não limpa, impactam o ambiente social ao redor dos seus empreendimentos.

O tema “ética, integridade, transparência, *compliance* e governança”, ou seja, “G” de “governança”, é citado como tema material em 5 dos 6 relatórios analisados, ou seja, a maioria das empresas pesquisadas considera o tema como relevante em suas organizações.

O tema “mudanças climáticas, biodiversidade, descarbonização, transição energética, água e efluentes, resíduos sólidos e descomissionamento”, ou seja, “E” de “*environment*” (ambiental) aparece como material em todos os relatórios de sustentabilidade, o que reforça o conceito de que os negócios de energia buscam fontes de energia limpa e a transformação de energias não tão limpas em mais limpas, ou seja, impacto menos negativo no meio ambiente.

Canais de comunicação como a ouvidoria são cruciais para a estratégia ESG, inclusive na percepção das partes interessadas e na prevenção de futuros problemas, como acusações de *greenwashing*, que pode ser definido como a criação de uma falsa aparência de sustentabilidade, por meio da promoção de discursos, anúncios e campanhas com características ecológicas ou ambientalmente responsáveis ou inclusivas, mas que, na prática, não são realizadas pela empresa (SEBRAE, 2022). Um exemplo de *greenwashing* famoso aconteceu em 2015, quando a Volkswagen foi envolvida em um escândalo de falsificação de resultados de emissões de poluentes em motores a diesel. A despeito de anunciar publicamente que havia passado a usar um sistema diferente para cumprir regras de poluentes, “diesel limpo”, a montadora admitiu que usou um programa de computador para burlar inspeções de 11 milhões de veículos. Como desdobramento desse caso, o presidente da empresa renunciou ao cargo e a companhia fez um *recall* de 8,5 milhões de unidades, tendo seu primeiro prejuízo em quinze anos.

De acordo com AKSOY, L. *et al.* (2022, p. 572): “O objetivo é aumentar a qualidade da comunicação ESG para garantir que os esforços ESG tenham impacto nas percepções dos clientes sobre a inovação social, evitando o risco de *greenwashing*”.

O tema “saúde, segurança e bem-estar” aparece como material nos 6 relatórios disponíveis nos sites das respectivas empresas, e, em 1 deles, de maneira explícita, é citado o tema material de prevenção de acidentes. É sabido que acidentes ocorridos no setor de energia podem gerar grandes impactos.

Com relação ao tema “colaboradores”, 5 dos 6 relatórios analisados tratam do tema “retenção e desenvolvimento dos colaboradores” como material, o que reforça a importância da mão de obra qualificada e engajada no setor produtivo.

Por fim, o tema “direitos humanos” ficou explicitado como material em 2 dos 6 relatórios analisados. Entretanto, apesar de não ser citado em 4 relatórios de forma explícita, práticas de defesa de direitos humanos podem ser observadas em outros temas materiais, como, por exemplo, temas sociais, diversidade, igualdade, inclusão e práticas trabalhistas.

Quanto aos canais de relacionamento, 5 das 6 empresas pesquisadas possuem ouvidoria. Além do canal de ouvidoria, as empresas pesquisadas monitoram o relacionamento por meio de canais como redes sociais, atendimento via 0800, agência virtual, canal de ética, entre outros meios. É sabido que o simples fato de divulgar relatórios de sustentabilidade não garante a preservação da boa imagem da organização. É importante estar em contato direto com as partes interessadas para colher percepções e monitorar o ambiente.

De acordo com AKSOY, L. *et al.* (2022, p. 565),

Embora as métricas e os relatórios ESG forneçam informações importantes para investidores e reguladores, eles não se refletem nas percepções dos clientes sobre a inovação social das empresas e os serviços estão em desvantagem em relação aos bens. Portanto, pesquisadores e gerentes de serviços devem aprimorar seus conhecimentos sobre como vincular melhor as métricas ESG e relatar as percepções dos clientes. (tradução dos autores)

2.2 A Importância dos Canais de Relacionamento

Os canais de relacionamento podem agregar valor para as organizações ao funcionar como elo entre as partes interessadas e a organização. De acordo com BARREIRO e CYRILLO (2022, p. 17), “compilando-se as informações e dados coletados e gerenciando-se de forma analítica, a ouvidoria torna-se um repositório de valor intangível e estratégico no estabelecimento de novas diretrizes e nas oportunas mudanças nos processos”.

Para tanto, a premissa básica deve ser observada: o apoio incondicional da alta gestão nos canais e nas propostas e pontos de atenção por eles verificados. É de suma importância a divulgação periódica para os diversos públicos dos canais de relacionamento nas empresas e na internet.

Os canais de relacionamento com as partes envolvidas no negócio da organização, como as ouvidorias, caminham sempre de mãos dadas entre a alta administração – que enxerga a ouvidoria como importante ferramenta de gestão – e os públicos envolvidos, que enxergam a ouvidoria como importante meio de recepção de suas demandas, sejam denúncias, reclamações, solicitações, elogios ou sugestões. Estas últimas são elementos-chave para mudanças e melhorias nas organizações, pois possibilitam que sugestões de novos negócios, aperfeiçoamento de serviços, atividades, atendimentos, produtos e processos possam ganhar espaço e contribuir para a organização como um todo. Por isso podemos dizer que a ouvidoria é um abraço de dois lados: proporcionando eficiência e acolhimento.

Cristiano ANDRADE, ouvidor-geral da Petrobras, em artigo publicado no site Terra com o tema “Ouvidorias destacam-se como instrumentos de governança corporativa e ajudam a delinear agenda ESG”, coloca:

Nesse contexto, as ouvidorias destacam-se como instrumentos de governança corporativa para considerar os legítimos interesses que gravitam em torno das atividades empresariais. Isso porque a escuta atenta das pessoas é um dos requisitos para delinear uma agenda ESG – sigla em inglês para meio ambiente, social e governança –, contribuindo para a melhoria dos processos corporativos, da ambiência interna e do relacionamento com a sociedade.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É inegável que o comprometimento da alta administração no direcionamento do negócio considerando as bases ESG é fundamental. Além disso, a definição clara do propósito e o fomento de uma cultura de comprometimento e pertencimento possibilita às pessoas de dentro e de fora da organização se sentirem engajadas num sentimento comum de conexão com a empresa. A ideia de que o papel e a perenidade da organização vão muito além da geração de lucro possibilita mais transparência tanto de seus impactos positivos quanto negativos (externalidades negativas), de modo a apresentar ações para identificar, avaliar e atuar nesses impactos. Dessa forma, a organização planta uma relação de mais credibilidade e proximidade com seus *stakeholders* e incentiva sugestões e melhorias em uma perspectiva de longo prazo.

Com base na análise dos relatórios de seis empresas do setor de energia, que representam um recorte diversificado do segmento, observamos que os temas materiais, citados pelas empresas e mostrados na Tabela 1, devem ser monitorados pelos canais corporativos para que haja comunicação efetiva entre as organizações e a sociedade.

A comunicação dos resultados às partes interessadas é fundamental, e é aqui que o papel da ouvidoria se torna essencial, ao fazer a conexão entre a organização e os *stakeholders*. Transformar os canais de relacionamento em canais de engajamento é uma tarefa sintonizada com os valores ESG. Assim, é crucial compreender que a função desses canais vai além de escutar o público envolvido no negócio das organizações: abrange a participação ativa desse público nos assuntos e impactos que as organizações promovem. As manifestações recebidas devem ser consideradas como informações estratégicas, capazes de movimentar os processos e atividades das organizações de modo a gerar comprometimento, compromisso, envolvimento, motivação e afetividade em ambas as partes: sociedade e organização. Essa visão engloba pensar a empresa como parte de um todo que exerce influência e é influenciada ao mesmo tempo por todas as partes envolvidas, criando valor para além das fronteiras da organização. No acolhimento, na mediação e na geração de resultados para a organização e para a sociedade.

REFERÊNCIAS

- ACCENTURE. Measuring sustainability. Creating value, 2022. Disponível em: <https://www.accenture.com/us-en/insights/strategy/measuring-sustainability-creating-value>. Acesso em: 13 jul. 2023.
- AKSOY, L. *et al.* Environmental, Social and Governance (ESG) metrics do not serve services customers: a missing link between sustainability metrics and customer perceptions of social innovation. *Journal of Service Management*, v. 33, n. 4/5, p. 565-577, 2022.
- ANDRADE, Cristiano. Ouvidorias destacam-se como instrumentos de governança corporativa e ajudam a delinear agenda ESG. Disponível em: <https://www.terra.com.br/economia/ouvidorias-destacam-se-como-instrumentos-de-governanca-corporativa-e-ajudam-a-delinear-agenda-esg,85b03c17e552442fe1a944874db30b2ee4vuqoaz.html>. Acesso em: 20 jul. 2023.
- BARREIRO, A.; CYRILLO, R. A interface da ouvidoria com a agenda positiva de governança. *Revista Científica da Associação Brasileira de Ouvidores/Ombudsman*, ano 6, n. 5, p. 13-21, 2022.
- ELETOBRAS. Relatório anual Eletrobras 2022. Disponível em: https://eletrobras.com/pt/Documents/Eletobras_RA_2022.pdf. Acesso em: 14 jul. 2023.
- ENEL. Relatório anual de sustentabilidade Enel Brasil 2022. Disponível em: <https://www.enel.com.br/content/dam/enel-br/quemsomos/relatorios-anuais/2022/Relatorio-Anual-de-Sustentabilidade-Enel-Brasil-2022.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2023.
- ENGIE. Relatório de sustentabilidade 2022. Disponível em: https://www.engie.com.br/uploads/2023/06/Engie_RS-2022.pdf. Acesso em: 14 jul. 2023.
- FINK, Larry. BlackRock's CEO Annual Letter: Consistency of the Message. Disponível em: <https://www.aberje.com.br/carta-anual-do-ceo-da-blackrock-consistencia-da-mensagem>. Acesso em: 13 jul. 2023.
- GRI STANDARDS. GRI 3: temas materiais 2021. Disponível em: <https://globalreporting.org/pdf.ashx?id=13900>. Acesso em: 5 set. 2023.
- IBGC – INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. *Código de melhores práticas de governança corporativa*. 6. ed. São Paulo, SP: IBGC, 2023. Disponível em: <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=24640>. Acesso em: 5 set. 2023.
- LOURENÇO, D. N. *Capitalismo de stakeholder* e ESG: uma solução ou um obstáculo ao desenvolvimento. Disponível em: <https://dspace.mackenzie.br/handle/10899/31201>. Acesso em: 21 jul. 2023.
- NEOENERGIA. Relatório anual de sustentabilidade 2022. Disponível em: https://institucional.neoenergia.com/pt-br/sustentabilidade/configuracoes/RelatSusteNeoenergia/relatorio_anual_sustentabilidade_2022.aspx. Acesso em: 14 jul. 2023.

ONU. Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustentavel>. Acesso em: 23 jul. 2023.

PETROBRAS. Relatório de sustentabilidade 2022. Disponível em: <https://sustentabilidade.petrobras.com.br/documents/1449993/80c5cf69-cb78-5ae4-aa27-46f958da64ba>. Acesso em: 14 jul. 2023.

SEBRAE. O que é greenwashing? Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-greenwashing,88eee6c954e24810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 23 jul. 2023.

SEBRAE. Qual a relação da matriz de materialidade com ESG? Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/qual-a-relacao-da-matriz-de-materialidade-com-esg,3ef1daaaba757810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 23 jul. 2023.

VIBRA. Relatório de sustentabilidade 2022. Disponível em: https://www.vibraenergia.com.br/sites/default/files/2023-06/vibra_relatorio_sustentabilidade_2022.pdf. Acesso em: 14 jul. 2023.