
COVID-19 e responsabilidade social corporativa: os posicionamentos dos empresários negacionistas da pandemia

COVID-19 and Corporate Social Responsibility: the positions of the pandemic's negationist businessmen.

HENRIQUE MARTINS DE SOARES 

CRISTIANO SORDI SCHIAVI 

RESUMO

O objetivo do presente estudo é analisar as diferenças existentes entre comunicação e prática de RSC dos empresários negacionistas durante a pandemia da COVID-19. O estudo em questão possui caráter qualitativo, utilizando-se da técnica de coleta de dados documental e da análise de conteúdo. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa exploratória para identificar os empresários negacionistas na pandemia, sendo selecionados três a partir de reportagens publicadas nos principais veículos jornalísticos do Brasil. Na análise de dados, foram consideradas as informações presentes no site institucional, na mídia digital da empresa e dos próprios empresários, e nas matérias jornalísticas. Na análise dos resultados percebeu-se: posicionamento negacionista no discurso dos empresários; falta de clareza quanto a segurança do local de trabalho durante a pandemia; desrespeito às recomendações de distanciamento social nas ações das empresas; violação de direitos humanos, como direito à vida e à saúde, nas declarações e ações dos empresários; influência política prejudicial ao desenvolvimento de políticas públicas; posicionamento quanto à RSC limitadas a ações filantrópicas. A partir da análise, concluiu-se que as empresas, e seus respectivos empresários, apresentam ações sociais limitadas à filantropia e descumprem os pressupostos de RSC descritos pelos principais institutos e normas. **Palavras chaves:** COVID-19; Negacionismo; Responsabilidade Social Corporativa.

ABSTRACT

The objective of the present study is to analyze the differences between communication and CSR practice of the negationist businessmen during the COVID-19 pandemic. The study in question has a qualitative character, using the technique of documentary data collection and content analysis. Initially, an exploratory research was carried out to identify the negative businessmen in the pandemic, with three being selected based on reports published in the main journalistic vehicles in Brazil. In the data analysis, the information present on the institutional website, in the digital media of the company and of the businessmen themselves, and in journalistic articles were considered. In the analysis of the results, it was noticed: negationist positioning in the speech of the businessmen; lack of clarity about workplace safety during the pandemic; disrespect to the recommendations of social distance in the actions of the companies; violation of human rights, such as the right to life and health, in the declarations and actions of entrepreneurs; political influence detrimental to the development of public policies; positioning on CSR limited to philanthropic actions. From the analysis carried out, it was concluded that companies, and their respective entrepreneurs, have social actions limited to philanthropy and fail to comply with the CSR assumptions described by the main institutes and standards.

Keywords: Corporate Social Responsibility; COVID-19; Negationism.

1. INTRODUÇÃO

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou pandemia de COVID-19 devido à disseminação geográfica da doença causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2) (OMS, 2020a). Neste momento, até a data da escrita desse artigo, a COVID-19, ao redor do mundo, já infectou mais de 20 milhões de pessoas levando a óbito mais de 770 mil (WOLRDOMETER, 2020). Entre os países com a situação mais alarmante está o Brasil, que já possui mais de 3 milhões de casos e 100 mil mortes, ficando apenas atrás dos Estados Unidos em números absolutos (WOLRDOMETER, 2020).

Contudo, de acordo com os resultados iniciais do estudo “Evolução da Prevalência de Infecção por COVID-19 no Brasil: Estudo de Base Populacional (Epicovid19-BR)”, coordenado pelo Centro de Pesquisas Epidemiológicas da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), existe uma grande subnotificação dos infectados no Brasil, de modo que a cada sete

peças com o vírus- apenas uma está notificada (HALLAL, 2020). Diante desse contexto alarmante, a principal recomendação da OMS é o distanciamento social, pois, segundo a entidade, essa é a melhor medida, até agora, em um cenário em que não há vacina (OMS, 2020b). Porém, uma parcela dos empresários no Brasil afirma que o fechamento dos comércios, uma das medidas necessárias para o distanciamento social, irá gerar uma grave recessão econômica e, conseqüentemente, uma alta taxa de desemprego. Em contrapartida a essa visão, segundo a pesquisa realizada pelo Datafolha (2020), entre os dias 1 e 3 de abril de 2020, 76% da população brasileira acha que é importante ficar em isolamento e 65% pensam que o comércio não essencial deveria permanecer fechado.

Apesar das diversas comprovações científicas positivas com relação ao isolamento (CHANG *et al.*, 2020; COURTEMANCHE *et al.*, 2020; MATRAJT; LEUNG, 2020), alguns empresários brasileiros insistem em ignorar as orientações sanitárias como o isolamento social e uso de máscara, assim como propõem medicamentos para a COVID-19 sem comprovação de seus efeitos benéficos, assumindo assim posições negacionistas em relação às principais evidências científicas. Segundo Caponi (2020), esse negacionismo científico, que nega os argumentos racionais em diversos campos do pensamento, é fortalecido pelo atual governo brasileiro que despreza pautas vinculadas à cultura, movimentos sociais e direitos humanos. Nesse contexto, um posicionamento das organizações na direção da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é cada vez mais frequente no atual mercado competitivo (CHOUDHARY; SINGH, 2012), sendo que o posicionamento em relação à pandemia da COVID-19 configura-se hoje como um grande elemento para o debate em torno da RSC (GARCÍA-SÁNCHEZ; GARCÍA-SÁNCHEZ, 2020; HE; HARRIS, 2020). Contudo, ainda existe um claro choque entre discurso, aquilo que é apresentado na comunicação institucional, e ações, o que realmente é feito na prática (SCHOENEBORN; MORSING; CRANE, 2020; VENDRAMINE; NOBRE; VIEIRA, 2021).

Tendo como base essa discussão, esse artigo propõe a seguinte pergunta de pesquisa: Quais são as contradições entre comunicação e prática de RSC dos empresários negacionistas da pandemia? Para responder essa pergunta determinou-se o seguinte objetivo geral: analisar as diferenças existentes entre comunicação e prática de RSC dos empresários negacionistas durante a pandemia da COVID-19. Assim, o objetivo geral foi desmembrado nos respectivos objetivos específicos:

1. Identificar qual é a comunicação de RSC assumida pelos empresários negacionistas;
2. Analisar se as práticas dos empresários durante a pandemia estão alinhadas aos princípios de RSC presentes na literatura.

O artigo está dividido em cinco partes. Após esta (1) Introdução, são apresentadas informações fundamentais a respeito da COVID-19, bem como são discutidos aspectos acerca da RSC no (2) Referencial Teórico. Na seção de (3) Procedimentos Metodológicos, são explicadas como as empresas foram escolhidas e analisadas, por meio de uma pesquisa de abordagem qualitativa. Na sequência, é apresentada a (4) Análise dos Resultados e, por fim, são feitas as (5) Considerações Finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O presente referencial teórico está dividido em duas seções: contextualizando a pandemia da COVID-19 e Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

2.1 Contextualizando a Pandemia da COVID-19

O Sars-Cov-2 foi identificado pela primeira vez na cidade de Wuhan, localizada na província de Hubei, na China, em dezembro de 2019. No Brasil, o primeiro caso, registrado 25 de fevereiro de 2020 na cidade de São Paulo, foi de um homem que retornou da Itália (BASTOS; CAJUEIRO, 2020). O vírus, normalmente, se desenvolve mais seriamente em pacientes idosos, com doenças pré-existentes, cardiovasculares e respiratórias, em pessoas imunossuprimidas que estão em tratamento hemato-oncológico e em pessoas obesas e/ou com diabetes (GUO *et al.*, 2020; OMS, 2020c; LIGHTER *et al.*, 2020).

Segundo Mehta *et al.* (2020), a COVID-19 possui uma taxa de mortalidade aproximadamente de 3-7%, sendo assim, significativamente mais mortal que a influenza comum que tem taxa de mortalidade menor que 1%. Apesar da alta taxa de mortalidade, menos de 20% dos pacientes infectados necessitam de algum tipo de tratamento médico devido a um quadro severo ou crítico (TIAN *et al.*, 2020; WU; MCGOOGAN, 2020). Embora o número de pessoas doentes que necessitam de auxílio médico não seja tão alto, é importante ressaltar que a taxa de transmissão do Sars-Cov-2 é maior se comparado a epidemias recentes como Sars-Cov, que infectou

em todo ano 2003 apenas 8098 indivíduos, e H1N1, que tinha o número básico de reprodução médio (R_0) entre 1,2 e 1,6 que é, estatisticamente, bem abaixo do 2,79 da COVID-19. Ou seja, o vírus da COVID -19 se dissemina em uma velocidade superior ao do H1N1 (FRASER *et al.*, 2009; LIU *et al.*, 2020; SHEREEN *et al.*, 2020).

Cabe destacar também a falta de uma medicação para o tratamento da COVID-19, apesar de inúmeras pesquisas científicas sendo realizadas mundialmente. A cloroquina e a hidroxicloroquina, medicamentos já empregados para a malária ou doenças autoimunes, por exemplo, mostraram-se ineficazes após dados e resultados recentemente anunciados mostrarem que a hidroxicloroquina não resulta na redução da mortalidade de pacientes com COVID-19 hospitalizados, quando comparados com o padrão de atendimento (OMS, 2020d).

Devido à alta taxa de contágio da COVID-19, a OMS recomendou, então, aos países a prática do distanciamento e do isolamento social como ação preventiva e de desaceleração da transmissão (OMS, 2020b). Apesar de necessárias no atual cenário, essa medida acarretou impactos econômicos. De acordo com a mais recente previsão do Fundo Monetário Internacional (FMI) (2020), o Produto Interno Bruto mundial vai regredir, em média, 4,9%. Valor esse que é influenciado principalmente pelas retrações de Estados Unidos (8%), União Europeia (10,2%), Reino Unido (10,2%) e Brasil (9,1%). No cenário brasileiro, as exportações podem cair até 20,4%, o consumo das famílias 8,3% e as importações 15,4% (DWECK, 2020). Segundo o IBGE (2020a), no mês de abril, o setor industrial brasileiro teve queda de 18,8%, o comércio teve 16,8% e o de serviços 11,7%.

Mais grave que os impactos econômicos estão os impactos sociais da pandemia. Conforme consta no relatório virtual da UNESCO (2020), atualmente no mundo cerca de 61% dos estudantes estão sendo afetados pelo fechamento das escolas. No Brasil são cerca de 53 milhões de estudantes que dependeriam do meio digital para assistir as aulas. No entanto, é importante destaca que, segundo a pesquisa realizada pelo IBGE (2017), apenas 56,6% dos estudantes utilizam o computador com internet. Esse número nos domicílios das classes D e E é ainda menor (12%) (CETIC, 2019). Além da educação, houve impacto na renda dos trabalhadores. De acordo com o IBGE (2020b), 9,7 milhões de trabalhadores ficaram sem renda no mês de maio o que corresponde a 11,7% da população ocupada no país. O

estudo ressalta também que 38,7% dos domicílios receberam algum tipo de benefício relacionado à pandemia e que o rendimento médio real recebido atual é 18% menor que o habitual.

2.2 Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

Buscando uma melhor compreensão da abordagem, a presente seção da revisão teórica será dividida nas seguintes partes: Evolução histórica-teórica da RSC e Iniciativas e ferramentas de RSC. Na primeira parte, foram considerados os artigos mais citados na plataforma Google Scholar a partir da pesquisa dos termos “Responsabilidade Social Corporativa” e “Social Responsibility Corporate”. Na segunda parte, Iniciativas e Ferramentas de RSC, levou-se em conta as principais instituições e normas, nacionais e internacionais, referente a RSC.

2.2.1 Evolução histórica-teórica da RSC

De acordo com Lee (2008), a primeira publicação acadêmica oficial referente à RSC foi o livro *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard Bowen, em 1953. Segundo Bowen (2013), as decisões do empresário possuem repercussões de grande alcance e influência, consequentemente, ele é obrigado a considerar as consequências sociais além de assumir as responsabilidades que lhe compete. Considerando isso, Lee (2008) ressalta que a visão de Bowen para RSC, que representa os ideais das publicações das décadas de 1950 e 1960, é voltada para as obrigações éticas e sociais dos negócios.

Apesar dos primeiros registros serem em 1950, as raízes da RSC são seculares. Agudelo, Jóhannsdóttir & Davídsdóttir (2019) citam que a filantropia já existia no século XIV através das filosofias religiosas e cristãs. Os autores citam a criação, em 1844, da Associação dos Jovens Cristãos (*Young Men's Christian Association (YMCA)*), movimento que começou em Londres com o objetivo de aplicar os valores cristãos nas atividades empresariais. Carroll (2008) apresenta outros dois exemplos, que ocorreram neste mesmo século, de empresas que gastaram dinheiro em causas comunitárias. Uma delas foi a *R.H Macy Company* dos Estados Unidos que, em 1875, contribuiu para um fundo de asilo de órfãos. Outro exemplo citado pelo autor foi a criação da cidade comunitária industrial feita pela *Pullman Palace Car Company* que tinha como objetivo melhorar as condições de vida de seus empregados e de suas respectivas famílias.

Para Murphy (1978), o período do RSC até 1950 é classificado como a era da filantropia, na qual a responsabilidade social das empresas se resumia a doações de caridade. A partir da obra de Bowen e de outros autores como Selekman, Heald e Eels, as empresas começaram a mudar as suas atitudes e internalizar o discurso do RSC apesar da fala não ter sido demonstrada em ações concretas (CARROLL, 2008). Já a década de 1960 é marcada por novos contextos sociais através de protestos em torno dos direitos civis e antiguerra (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019). Apesar dos crescentes boicotes dos movimentos ativistas nas firmas (COCHRAN, 2007), o marco significativo acadêmico da década foi, na realidade, a publicação de Keith Davis (1967) ao ampliar o conceito de RSC, que antes estava apenas vinculado pessoalmente ao dono da empresa (*bussinessmen*), para as instituições e empresas (FALCK; HEBLICH, 2007).

A década de 1970 é marcada pelas conferências ambientais, por protestos contra a poluição do planeta, pela criação das agências de regulação e fiscalização ambiental e pela popularização do termo RSC. Uma dessas agências, no caso o Comitê de Desenvolvimento Econômico dos Estados Unidos, fez uma importante contribuição ao afirmar que as empresas existem para servir a sociedade (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019). No final dessa década, em 1979, Carroll propõem uma unificação na definição do termo ao dizer que a RSC “abrange as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado momento” (CARROLL, 1979, p. 500).

Em 1980 surge na discussão de RSC a teoria de stakeholders através da publicação do livro de Edward Freeman (CARROLL, 2008). Segundo Freeman (1984), as empresas não deveriam considerar apenas os acionistas (*stockholders*) na tomada de decisão, mas sim o equilíbrio de interesses entre todas as partes interessadas (*stakeholders*) que são afetadas pelas decisões empresariais. Dias (2012) considera que as principais partes interessadas são: ONGs, comunidade local, sindicatos, imprensa, fornecedores/distribuidores, empresas concorrentes, administração pública, trabalhadores, acionistas e organizações financeiras.

Já a década de 1990 é marcada pela ascensão do papel dos *stakeholders* e passa a ser debatido o uso estratégico do RSC sendo um desses modelos o *Triple-Bottom-Line*. Criado por Elkington (1994), o modelo propõe que os gestores empresariais devem considerar em suas ações três

pilares fundamentais: social, econômico e ambiental (LEE, 2008). Nesta mesma época formam-se também outras abordagens ligadas à RSC como a cidadania corporativa (CARROLL, 1998) e a performance corporativa social (SWANSON, 1995; WADDOCK; GRAVES, 1997; MATTIOLI; CASTRO; CLARO; VIEIRA; SPERS, 2015). Considerando a ascensão da teoria dos *stakeholders* e do *Triple-Bottom-Line*, no âmbito corporativo, passa a ser fundamental a comunicação da RSC, isto é, relatórios que comuniquem para a sociedade o impacto social e ambiental das ações empresariais (ABUGRE; NYUUR, 2015).

Nos anos 2000, a RSC passa a ser reconhecida em agendas de ações internacionais da ONU (Organização das Nações Unidas), como Pacto Global das Nações Unidas (2001), e de direitos humanos, sendo apresentadas, em 2003, as normas de RSC da ONU a partir da iniciativa da Comissão de Direitos Humanos (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVÍSDÓTTIR, 2019; MATHIS; MATHIS, 2012). Na década 2010, com o Acordo de Paris, principal acordo contra a aceleração do aquecimento global, e com a definição dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) que formam a Agenda 2030 da ONU, as empresas passaram, ainda mais, a desempenhar um papel fundamental. Devido a isso, atualmente, os estudos da RSC estão voltados principalmente para ações que criam valores compartilhados (*Creating Shared Value* – CSV), isto é, ações que estão interligadas com as demandas sociais (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVÍSDÓTTIR, 2019; PORTER; KRAMER, 2019).

2.2.2 *Iniciativas e ferramentas de RSC*

Para guiar as estratégias das empresas em direção à RSC, algumas iniciativas são utilizadas como: a norma *ABNT NBR ISO 26000*, que estabelece diretrizes sobre responsabilidade social; o *Global Reporting Initiative* (GRI), instituto internacional composta por uma rede de *multistakeholders* que promovem diretrizes para que as organizações possam ter um diálogo comum nos relatórios referente a responsabilidade social e sustentabilidade (GRI, 2021); *Instituto Ethos*, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) que auxilia as empresas parceiras através de cursos, indicadores e assessoria/consultoria a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável (ETHOS, 2021). Ademais, cabe destacar também publicações relativas ao *Pacto Global das Nações Unidas*, sen-

do fundamentais hoje para a discussão de indicadores de RSC. Tais referências são discutidas na sequência do artigo como parâmetros fundamentais para se pensar a RSC nas organizações.

Como visto na evolução histórica-teórica da RSC, mudanças significativas perpassaram o conceito desde sua criação. De acordo com a publicação *Compreendendo a Responsabilidade Social - ISO 26000 e ABNT NBR 16001* (2015), a RSC é um conceito dinâmico, ou seja, em permanente evolução e em estado contínuo de transformação, desde sua origem, associada à filantropia, até a partir dos anos 1990 com sua materialização por meio de políticas, estratégias e ações visando o Desenvolvimento Sustentável (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2015). De fato, conforme o trabalho do Pacto Global das Nações Unidas intitulado *Guide to Corporate Sustainability*, a sustentabilidade corporativa é imprescindível para os negócios atualmente, sendo essencial para o sucesso corporativo a longo prazo e para garantir que os mercados agreguem valor à sociedade. Nessa direção, as empresas precisam seguir cinco aspectos para serem sustentáveis: operar com responsabilidade sustentável, alinhadas aos princípios universais; tomar ações que as empresas apoiam a sociedade ao seu redor; comprometer-se ao mais alto nível; reportar anualmente seus esforços; envolver-se localmente onde estão presentes (ONU, 2015a).

No total, o Pacto Global das Nações Unidas define dez princípios para as empresas seguirem em cinco áreas distintas: *direitos humanos* (1 - empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos proclamados internacionalmente; 2 - empresas não devem ser cúmplices de violações dos direitos humanos.), *trabalho* (3 - empresas devem defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva, 4 - a remoção de todas as formas de trabalho forçadas e obrigatórias; 5 - a abolição efetiva do trabalho infantil; 6 - eliminação da discriminação em relação ao emprego e ocupação); *meio ambiente* (7 - empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; 8 - empreender iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental; 9 - incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis); e *anticorrupção* (10 - empresas devem trabalhar contra a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno) (ONU, 2015a).

Nesse contexto, de acordo com o Ministério do Meio Ambiente (2015), a responsabilidade social passou por transformações, sendo batizada com vários nomes: Responsabilidade Social Corporativa, Responsabilidade Social Empresarial, Responsabilidade Socioambiental, Responsabilidade Social e Cidadania. Em 2010, a *International Organization for Standardization* (ISO), entidade que coordena a elaboração de normas técnicas Internacionais em diversas áreas do conhecimento, publicou a ISO 26000 (Diretrizes sobre Responsabilidade Social) adotando o termo Responsabilidade Social, sem complementos. Tais diretrizes envolveram 99 países, 42 organizações e 450 especialistas de diversas partes interessadas com o intuito de garantir a legitimidade necessária para um assunto complexo e abrangente como o da Responsabilidade Social (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2015).

No Brasil, a norma da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) *NBR 16001 - Responsabilidade social – Sistema da gestão – Requisitos* - teve sua primeira edição publicada em novembro de 2004 e a sua segunda versão em julho de 2012, sendo que a versão de 2012 foi baseada na diretriz internacional *ISO 26000*, publicada em novembro de 2010. Diferentemente da *ISO 26000*, que traz orientações e diretrizes, a *ABNT NBR 16001* é uma norma de requisitos, os quais são obrigatórios para quem declarar segui-la, e possíveis de verificação do seu cumprimento à Norma, podendo ser feita por uma terceira parte independente, em um processo de auditoria externa (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2015).

Sobre os sistemas de gestão, segundo Ribeiro Neto (2010), os componentes de natureza administrativa envolvem o estabelecimento de objetivos, definição de responsabilidades, elaboração e execução de procedimentos e alocação de recursos. No caso da ABNT NBR 16001:2012, é estabelecido um modelo de Sistema de Gestão da Responsabilidade Social (SGRS) fundamentado na metodologia *Plan-Do-Check-Act* (PDCA) (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2015). Em relação ao conceito de responsabilidade social presente na normas *ISO 26000* e *ABNT NBR 16001*, entende-se que a organização é responsável pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, necessitando a adoção de um comportamento ético e transparente, que: contribua para o desenvolvimento susten-

tável; leve em consideração as expectativas das partes interessadas; esteja em conformidade com a legislação aplicável; seja consistente com as normas internacionais de comportamento; esteja integrada em toda a organização; seja praticada em suas relações (Ministério do Meio Ambiente, 2015). Assim, ao adotar a responsabilidade social, os seguintes benefícios podem retornar para as organizações:

- estímulo a um processo decisório com decisões fundamentadas e baseadas em uma melhor compreensão das expectativas da sociedade, das oportunidades associadas à responsabilidade social (inclusive um melhor controle dos riscos legais) e dos riscos de não ser socialmente responsável;
- melhoria das práticas de gestão de risco da organização;
- melhoria da reputação da organização e promoção de uma maior confiança por parte do público;
- suporte à licença de operação de uma organização;
- geração de inovação;
- melhoria da competitividade da organização, incluindo acesso a financiamento e status de parceiro preferencial;
- melhoria do relacionamento da organização com as suas partes interessadas, dessa forma expondo a organização a novas perspectivas e ao contato com diferentes partes interessadas;
- aumento da fidelidade, do envolvimento, da participação e da moral dos empregados;
- melhoria da saúde e segurança dos trabalhadores de ambos os sexos;
- impacto positivo na capacidade da organização de recrutar, motivar e reter seus empregados;
- economia resultante do aumento de produtividade e eficiência no uso dos recursos, redução no consumo de
 - energia e água, redução do desperdício e recuperação de subprodutos valiosos;
 - maior confiabilidade e equidade das transações por meio de envolvimento político responsável, concorrência leal e ausência de corrupção; e
 - prevenção ou redução de possíveis conflitos com consumidores referentes a produtos ou serviços. (ABNT, 2010, p. 21-22).

Destaca-se na *ABNT NBR ISO 26000* a relação direta entre responsabilidade social e desenvolvimento sustentável. De acordo com a *ABNT NBR ISO 26000*, o desenvolvimento sustentável, ao tratar de objetivos econômicos, sociais e ambientais comuns a todos, pode ser utilizado para abarcar as expectativas mais amplas da sociedade a serem levadas em consideração pelas organizações que buscam agir responsavelmente (ABNT, 2010). Nessa conjuntura, o *Guia dos ODS para as Empresas* é importante também para as empresas e seu sistema de gestão de responsabilidade social, uma vez que o mesmo determina diretrizes para implementação dos ODS na estratégia dos negócios. De acordo com esse documento, as empresas desempenham um papel fundamental para cumprir 169 metas contidas nos 17 ODS, podendo alinhar as suas estratégias, e mensurar e administrar a sua contribuição para os ODS (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2015 ONU, 2015b). Entre os alvos de atuação dos 17 ODS, há uma convergência com os temas e questões centrais contidos nas normas de responsabilidade social, podendo as mesmas serem ferramentas facilitadoras para as organizações contribuírem para o alcance dos ODS.

De acordo com a *ABNT NBR ISO 26000*, sete temas centrais da responsabilidade social, em um total de 37 questões, são relevantes na abordagem das empresas: governança organizacional; direitos humanos; práticas de trabalho; meio ambiente; práticas leais de operação; questões relativas ao consumidor; e envolvimento e desenvolvimento da comunidade. Para a discussão neste artigo, foram selecionadas cinco questões relacionados com a questão de pesquisa. No tema central “direitos humanos”, duas questões fundamentais relacionam-se com a pandemia do COVID-19: “situações de risco para os direitos humanos” e “evitar cumplicidade”. Na primeira questão, a pandemia representa um grave desafio à saúde, impactando a sociedade de uma maneira multidimensional, configurando-se, assim, um claro risco para os direitos humanos, no qual as organizações precisam também enfrentar tais desafios e dilemas. Segundo a ONU (2020), os direitos humanos são direitos que não distingue raça, sexo, nacionalidade, etnia, idioma e religião. Incluem direito a vida, a saúde, a educação, a liberdade de opinião e de expressão.

Já na segunda questão, apesar de limites imprecisos e mutáveis, as organizações devem evitar três formas de cumplicidade: direta (quando uma organização deliberadamente colabora com a violação dos direitos humanos; vantajosa (quando uma organização ou qualquer uma de suas

subsidiárias obtém vantagem diretamente da violação dos direitos humanos cometida por terceiros); e silenciosa (quando uma organização deixa de levar ao conhecimento das autoridades competentes violações sistemáticas ou contínuas dos direitos humanos, como não se pronunciar contra a discriminação sistemática na legislação trabalhista contra determinados grupos) (ABNT, 2010).

No tema central “práticas de trabalho”, foi escolhida a questão “saúde e segurança no trabalho”, que envolve a promoção e manutenção do mais alto nível de bem-estar físico, mental e social dos trabalhadores e prevenção de perigos à saúde causados pelas condições de trabalho, além de se referir à proteção dos trabalhadores de riscos à saúde e à adaptação do ambiente de trabalho às necessidades fisiológicas e psicológicas dos trabalhadores. Em relação às ações e expectativas relacionadas, convém a organização por exemplo, analisar e controlar os riscos à saúde e à segurança em suas atividades; fornecer os equipamentos de segurança necessários, inclusive equipamentos de proteção individual, para a prevenção de lesões, doenças e acidentes ocupacionais e para lidar com emergências; e registrar e investigar todos os incidentes e problemas de saúde e segurança, visando minimizá-los ou eliminá-los. Já no tema central “práticas leais de operação”, observou-se a questão “envolvimento político responsável”. Nessa questão, as organizações podem apoiar os processos políticos públicos e estimular o desenvolvimento de políticas públicas que beneficiem a sociedade como um todo, além de proibir o uso de influência indevida e evitar comportamentos como manipulação, intimidação e coerção, que podem minar o processo político público (ABNT, 2010).

Por fim, no anexo A da *ABNT NBR ISO 26000*, encontra-se uma relação de iniciativas e ferramentas relacionadas à responsabilidade social. Neste artigo, foram selecionados o *Global Reporting Initiative* (GRI), que fornece modelos de indicadores, diretrizes e ferramentas de apoio para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, e o *Instituto Ethos*, que também apresenta um conjunto de indicadores para negócios sustentáveis e responsáveis (ABNT, 2010). Sobre o GRI, trata-se de um relatório que inclui questões universais (*Universal Standards*) e ambientais, sociais, econômicas (*Topic-specific Standards*). Em relação às questões sociais, são realçados o tópico 403 (*Occupational Health and Safety*), que reconhece um local de trabalho saudável e seguro como um direito humano e é abordado em vários instrumentos internacionais, o tópico 412 (*Human Rights Assessment*), que atesta o

poder de uma organização impactar diretamente os direitos humanos, através de suas próprias ações e operações, e o tópico 415 (*Public Policy*), que inclui a participação de uma organização no desenvolvimento de políticas públicas, por meio de atividades como lobby e fazer contribuições financeiras ou em espécie a partidos políticos, políticos ou causas. Cabe destacar também nesse tópico que há riscos nesse processo associados à corrupção, suborno e influência indevida, entre outros (GRI, 2016). Por sua vez, os *indicadores ethos para negócios sustentáveis* são divididos em quatro dimensões: visão e estratégia; governança e gestão; social; e ambiental. Entre os indicadores sublinhados estão: envolvimento no desenvolvimento de políticas públicas; monitoramento de impactos do negócio nos direitos humanos; e saúde e segurança dos empregados. (ETHOS, 2017).

Nas questões destacadas no artigo, é possível perceber sua importância para a RSC, sendo as mesmas essenciais nas diferentes iniciativas e ferramentas apresentadas.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa possui caráter qualitativo, de modo a caracterizar e descrever dada realidade social (VIEIRA; RIVERA, 2012), utilizando como principal técnica de coleta de dados a pesquisa documental. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa exploratória nos principais veículos de comunicação digital do Brasil, visando identificar empresários negacionistas. Neste caso, o presente estudo considerou como empresários negacionistas: proprietários que negam fatos e evidências científicas consolidadas por especialistas nacionais e internacionais; propagam desinformação através de notícias falsas, distorcidas e conspiratórias; possuem alinhamento político ultraconservador (RICARD; MEDEIROS, 2020; VILELA; SELLES, 2020). Foi feita uma busca nos principais veículos de comunicação – incluindo jornais digitais, revistas digitais e websites - no Brasil seguindo o índice do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) (PODER360, 2020). Ressalta-se que as notícias consideradas na fase exploratória abarcaram o período de março até maio de 2020. No mais, foram selecionados apenas os três empresários mais citados nesses veículos por uma questão de aprofundamento da análise. Os motivos para seleção dos empresários e a descrição das empresas selecionadas encontram-se na Quadro 1.

Quadro 1: Descrição das empresas selecionadas para a análise e seus motivos

Descrição da empresa	Motivos para seleção	Fontes utilizadas	Nome fictício na análise
Empresa de restaurantes que comercializa principalmente carnes e hambúrgueres. Está presente em 18 estados brasileiros.	Proprietário da rede de restaurantes manifestou, em vídeo gravado em sua rede social pessoal, ser contra o isolamento social.	Correio Brasileiro; Estado de Minas; Folha de São Paulo.	E1
Empresa do setor varejista presente em 17 estados brasileiros e com mais de 20 mil funcionários	Proprietário manifestou ser contra o isolamento e espalhou notícias falsas sobre a pandemia. Diversas lojas tentaram burlar a quarentena vendendo produtos essenciais e gravou vídeos em aglomerações e sem máscara.	Estado de São Paulo; Folha de São Paulo; Jornal do Comércio; Uol.	E2
Negócios de seu grupo empresarial atuam em diversas áreas, tais como: alimentação, varejo de produtos e serviços saudáveis, entre outros.	Proprietário é um grande defensor da cloroquina e recebeu convite para ingressar no Ministério da Saúde.	Folha de São Paulo; Revista Veja.	E3

Fonte: Elaborado pelos autores

Na coleta dos dados, foram extraídas informações presentes nos sites institucionais das respectivas empresas. Além disso, foram

consideradas também as mídias digitais presentes na plataforma *Instagram* das respectivas empresas e dos próprios empresários negacionistas. Segundo Phillips (2017), no *Instagram*, o engajamento do consumidor com a marca é maior se comparado as outras redes sociais (*Facebook, Pinterest e Twitter*). Ademais, os consumidores acreditam mais nas marcas que estão presentes nessa plataforma digital. Dito isso, foram selecionadas as publicações mais representativas, feitas pelas empresas analisadas ou através das manifestações dos próprios empresários, durante a pandemia. Foram consideradas as publicações postadas a partir da data do primeiro registro de caso da COVID-19 no Brasil, 26 de fevereiro de 2020, até dia 28 de março de 2021, data do fechamento da análise do presente estudo. No restante, foram consideradas também notícias digitais de plataformas jornalísticas.

Já a técnica de análise de dados escolhida foi a análise de conteúdo segundo Bardin (2010). Na análise dos resultados foram consideradas três categorias principais:

Visões de RSC: Essa categoria considerou a subseção 2.2.1 – Evolução histórica-teórica da RSC. Buscou-se identificar em qual parte histórica, ao longo da literatura acadêmica, a visão de RSC da empresa está posicionada;

Direitos humanos (saúde e segurança no trabalho): A categoria referente a Direitos Humanos foca, principalmente, nas práticas empresariais assim como dos empresários, no que diz respeito a saúde dos trabalhadores. Considerou-se também se a empresa possui ações externas, voltada a sociedade em geral, no combate à pandemia. No mais, ressalta-se que a respectiva categoria teve como base os tópicos tópico 403 e 412 do GRI, o Pacto Global das Nações Unidas, a ABNT NBR ISO 26000, ONU (2020) e as dimensões do Instituto Ethos (monitoramento de impactos do negócio nos direitos humanos e saúde e segurança dos empregados);

Práticas leais de operação (envolvimento político responsável): Nessa categoria foram abordados os posicionamentos dos empresários referentes ao combate a pandemia e se, esses posicionamentos e práticas, estão vinculadas ao negacionismo científico posto na literatura. No mais, a categoria teve como alicerce o tópico 415 do GR1, a ABNT NBR ISO 26000/16001 e as dimensões do Instituto

Ethos (envolvimento no desenvolvimento de políticas públicas).

Essas categorias foram estruturadas segundo o referencial teórico e os objetivos específicos, conforme demonstra a Quadro 2.

Quadro 2: Síntese dos procedimentos metodológicos

Objetivos Específicos	Referencial Teórico	Categorias de Análise
1. Identificar qual é a comunicação de RSC assumida pelos empresários negacionistas.	Subseção 2.2.1 - Evolução histórica-teórica da RSC.	Visões de RSC.
2. Analisar se as práticas dos empresários durante a pandemia estão alinhadas aos princípios de RSC presentes na literatura.	Subseção 2.2.2 - Iniciativas e ferramentas de RSC.	Direitos humanos (saúde e segurança no trabalho) práticas leis de operação (envolvimento político responsável).

Fonte: Elaborado pelos autores

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Buscando uma melhor clareza e qualidade na descrição, a análise dos resultados foi dividida segundo as categorias de análise, estruturando, assim, o capítulo nas seguintes seções, respectivamente: Visões de RSC; Direitos Humanos (saúde e segurança no trabalho); Práticas Leis de Operação (envolvimento político responsável).

4.1 Visões de RSC

Inicialmente, foi analisada a comunicação das empresas selecionadas através dos seus veículos institucionais como, por exemplo, o site oficial. No site da empresa E1, nota-se que, primeiramente, a figura do empresário contrário ao isolamento social é destacada de forma positiva. Ao entrar na página do restaurante, consegue-se visualizar claramente uma aba que descreve o “chef” do restaurante e seus respectivos prêmios conquistados. A partir disso, percebe-se uma ligação direta entre o restaurante e a imagem do empresário. Ademais, em uma análise exploratória ainda no

próprio site, observa-se que não há nenhum espaço específico que aborde de forma clara a responsabilidade social corporativa exercida pela empresa. Na verdade, o que existe são duas ações: leilão beneficente e certificação LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) de qualidade ambiental. Entretanto, vale destacar que essas duas informações estão vinculadas na aba “E1 na mídia” e dividem espaço com outras notícias referentes a prêmio e expansão. Ademais, através das informações coletadas nos veículos de comunicação oficiais da empresa (site institucional e perfil do *Instagram*) e com base também nas notícias dos jornais, constatam-se que as atividades sociais da empresa estão focadas, exclusivamente, em ações filantrópicas através de doações para um hospital da região onde a sede da empresa está situada.

Considerando a literatura da evolução histórica da RSC, observa-se, primeiramente, que não existe uma comunicação clara e transparente sobre os compromissos socioambientais da empresa, algo que, segundo Abugre e Nyuur (2015), é fundamental atualmente na aplicação da RSC. Além disso, ressalta-se que essa falta de clareza nas ações faz com que a empresa não siga, por exemplo, as diretrizes propostas pela teoria dos *stakeholders* (Carroll, 2008) que considera, entre seus aspectos fundamentais, o impacto das atividades organizacionais no âmbito comunitário e público. Posteriormente, vale destacar que as ações filantrópicas, como o leilão beneficente e as doações para o hospital, pertencem a uma era que, segundo Murphy (1978), é da década de 1950 ou anterior a esse período.

Primeiramente, no que diz respeito ao site institucional da E2, observa-se que o empresário da E2, assim com o empresário da E1, possui um vínculo visível com a figura da empresa. Em mais de uma postagem semanal nas redes sociais, o empresário apresenta-se como garoto propaganda da empresa. Posto isso, nota-se também que existe uma área específica a qual a empresa denomina “Ações Sociais”. Nesta aba, constam iniciativas referentes ao “Jovem Aprendiz”, “Outubro Rosa/Novembro Azul”, “Troco Solidário” e “Projeto Sociais E2”. Primeiramente, observa-se, na descrição da ação, que a campanha “Outubro Rosa/Novembro Azul” é uma conscientização interna através de orientações, não especificadas detalhadamente no site, e que, o “Jovem Aprendiz” é um programa de emprego, utilizado em diversas empresas pelo Brasil, conforme consta no site oficial da ação (Jovem Aprendiz, 2020). Quanto ao “Troco Solidário”, percebe-se que é uma atitude que parte do cliente, que pode doar ou não seu troco. Por úl-

timo, o mais relevante entre as ações sociais da E2 diz respeito a projetos sociais que são beneficiados através de leis de incentivo federal e estadual. Neste caso, vale destacar que o empresário E2, grande apoiador do atual presidente, recebe incentivo da lei da Rouanet, cerca de 17 milhões de reais acumulados até 2019, segundo a matéria da “Revista Época” de dezembro de 2019. No entanto, segundo a própria matéria da revista afirma, essa lei é uma das mais criticadas pelos seguidores do Presidente atual do Brasil, Jair Messias Bolsonaro.

Inicialmente, nota-se que não existe ações concretas ao público externo, o que vai na contramão do que está na Agenda 2030 da ONU, que considera essencial a ligação entre as ações empresariais e as demandas sociais (PORTER; KRAMER, 2019). Ressalta-se, também, que as ações sociais, em sua maioria, limitam-se a campanhas de conscientização, a destinação de dinheiro via doação dos clientes, a programas de emprego para jovens e projetos sociais com incentivos fiscais. Assim, nota-se que as ações sociais realizadas pela empresa E3 limita-se a compensações financeiras e são superficiais, pois não demonstra foco na agenda comunitária da região (DIAS, 2012). No mais, considerando que RSC desde a década 90 incorporou o conceito do *Triple-Bottom-Line* (Lee, 2008), observa-se, nem nas mídias sociais da empresa e nem na do empresário, alguma ação positiva da E2 quanto ao meio ambiente (dimensão ambiental).

Ao contrário dos outros dos empresários E1 e E2, a figura do empresário E3 é relacionada a um grupo de investimentos e sua imagem, considerando as plataformas das empresas as quais ele é sócio, não está claramente vinculada ao nome de uma empresa específica. Considerando isso, procurou-se obter uma visão geral sobre o posicionamento de E3 em seu perfil no *Instagram*, consultando algumas de suas publicações no ano de 2020. Cabe destacar em sua “bio” a maneira como se enxerga atualmente: “Empreendedor Social”. Essa informação é reforçada em uma postagem do dia 19 de agosto de 2020, na qual relata que seus filhos estão no comando de 20 empresas, gerando mais de 50 mil empregos, possibilitando condições do empresário atuar hoje como empreendedor social. Na entrevista publicada no dia 2 de julho de 2020 em “NEOFEED”, o empresário reafirma estar afastado de suas empresas, dedicando-se à causa da filantropia, causas comunitárias e humanitárias. Entretanto, observa-se, nos principais veículos de comunicação nacionais, que existe um posicionamento ideológico além de uma articulação política do empresário. Em

matéria da CNN Brasil, do dia 6 de junho de 2020, o empresário da E3 propõe uma recontagem de mortos na pandemia a partir do que ele chama de “critério mais apurado” e fala que não se deve “desenterrar mortos”. Mais recentemente, em matérias do dia 25 de março de 2021 dos jornais Folha de São Paulo, Estado de São Paulo e O Globo, o empresário, juntamente com o empresário da E2, afirmam estarem em tratativas para compra de vacina, mas são contra a doação de parte dessas vacinas para o Sistema Único de Saúde (SUS). Essas matérias demonstram que o empresário tem uma participação que vai além de apenas empreendedor social.

Diante do exposto, verifica-se que o posicionamento quanto à RSC do empresário da E3 ainda é vinculado a ações filantrópicas. Para o empresário, a condução do seu projeto de empreendedorismo social ocorre em separado dos seus “negócios tradicionais”, em oposição ao que está posto na literatura atual de RSC (FALCK; HEBLICH, 2007). Como visto em conceitos de RSC a partir da década de 1970 (AGUDELO; JÓHANNSDÓTTIR; DAVIDSDÓTTIR, 2019), procura-se uma integração entre aspectos econômicos, sociais, ambientais e éticos na condução dos negócios, levando em consideração diversos indicadores e questões centrais de responsabilidade social. No mais, ressalta-se que já na publicação de Keith Davis (1967), o conceito de RSC foi estendido para as instituições e empresas, indo, assim, além das ações individuais do empresário.

4.2 Direitos Humanos (saúde e segurança no trabalho)

Nas publicações do Instagram durante a pandemia da E1 observam-se postagens de doações de lanches para profissionais da saúde e motoristas de caminhão no período de 14 a 19 de abril. No entanto, é importante destacar que essas publicações foram as únicas feitas, até o fechamento da análise, sobre as ações externas da empresa no combate a pandemia, isto é, ações que mitigam os efeitos negativos causados na sociedade. Ademais, destaca-se um vídeo no perfil do empresário no *Instagram*, no dia 19 de julho de 2020, de um jornalista que aborda que o isolamento social e o *lockdown* está matando as pessoas de fome. Essa publicação reafirma o posicionamento do empresário que, no dia 24 de março de 2020 segundo a reportagem da “Revista Isto é”, disse que o Brasil “não pode parar por causa de 5 ou 7 mil mortes”. No que diz respeito às normas sanitárias internas adotadas, tanto no perfil do *Instagram* do empresário quanto no da empresa E1, em algumas publicações— especificamente nos

meses de setembro, outubro e dezembro de 2020- aparecem funcionários sem máscaras e aglomerados. Tais publicações contrapõem o único vídeo, de janeiro de 2021, que afirma que a empresa está seguindo as normas sanitárias em seus estabelecimentos.

Tendo em vista essas observações, ao considerar que um dos direitos humanos principais, segundo o tópico 403 do GRI, é a segurança e saúde no local de trabalho, nota-se que existe uma diferença no que é apresentado como sendo protocolo sanitário da empresa e o que realmente é feito no dia a dia. No mais, a pandemia, conforme já colocado, é considerada como uma situação de risco e um importante direito humano que é o direito à vida. Ao minimizar o impacto da pandemia, o empresário da E1 impacta negativamente esse direito. Além disso, considerando a declaração do empresário que o Brasil não pode parar devido às mortes por COVID-19, nota-se que o mesmo busca tirar vantagem através da violação dos direitos humanos. Com isso, de acordo com a ABNT NBR ISO 26000, o empresário está exercendo uma cumplicidade vantajosa que é quando o negócio se beneficia da violação dos direitos humanos cometidos por terceiros que, nesse caso, seriam os governantes públicos – responsáveis por liberar ou não os comércios.

Sobre a empresa E2, uma primeira observação é a postagem, no perfil do *Instagram* da empresa de junho de 2020, sobre a divulgação de uma partida de futebol do campeonato carioca, uma das primeiras a serem realizadas no Brasil durante a pandemia, embora a empresa não patrocinasse nenhum dos dois clubes em questão. No entanto, vale destacar a reportagem do jornal “El País” do dia 29 de junho, que aborda a retomada do campeonato carioca, ocorrendo dias depois do registro recorde de mortes na cidade e sofrendo fortes críticas, inclusive de clubes participantes. No que diz respeito às ações da empresa E2 para mitigar o impacto causado pela pandemia da COVID-19, tanto no site institucional quanto nas redes sociais da empresa, não há nenhuma menção sobre qualquer ação ou iniciativa. Já com relação aos procedimentos sanitários durante a pandemia, a empresa E2 não apresenta nenhuma publicação que demonstra alguma medida ou protocolo seguido. Pelo contrário, existe claramente desrespeito às normas de distanciamento social e de uso de máscaras em diversos vídeos e fotos publicados em sua rede social (28 de maio de 2020; 18 de junho de 2020; 22 de julho de 2020; 23 de julho de 2020; 25 de julho de 2020; 25 de agosto de 2020; 02 de setembro de 2020; 11 de setembro de 2020; 04 de outubro de 2020; 10 de outubro de 2020; 17 de outubro

de 2020; 20 de novembro de 2020 (2); 02 de dezembro de 2020; 22 de dezembro de 2020; 14 de janeiro de 2021), com a participação, inclusive, do empresário da E2, que busca o contato físico, seja por abraço, seja por aperto de mão, com funcionários e clientes. Ressalta-se, também, que a empresa não parou de inaugurar lojas pelo Brasil. Em um dos vídeos mais relevantes (08 e 10 de outubro de 2020), na inauguração de uma loja em Belém, no Estado do Pará, observa-se dezenas de funcionários aglomerados e sem máscara, inclusive, o empresário. Essa aglomeração, observada na publicação, é confirmada pela matéria do jornal “Folha de São Paulo” do dia 10 de outubro de 2020, que relata, após esse episódio, a autuação e o fechamento da loja pela polícia civil do Pará.

Tendo em vista os fatos destacados, nota-se que a segurança do trabalhador, pressuposto considerado como um direito humano para o Instituto Ethos e o GRI (tópico 403), é desrespeitado sistematicamente pela empresa E2. Além disso -considerando que a empresa E2- ao inaugurar uma de suas lojas, gerou aglomeração, consta-se que a mesma buscou se favorecer, diretamente, da violação dos direitos humanos, ao colocar em risco a saúde de clientes, funcionários e da própria cidade de Belém. Tal favorecimento direto da violação dos direitos humanos é posto, pela ISO 26000, como uma cumplicidade direta por parte da empresa Assim, pode ser afirmar que a empresa E2 impactou negativamente os direitos humanos durante a pandemia.

No que diz respeito à empresa E3 e o seu empresário, primeiramente, destaca-se a já citada reportagem da “CNN Brasil” (6 de junho de 2020), na qual o empresário questiona o critério de contagem de mortos. Ademais, o empresário é um grande defensor da cloroquina e da hidroxicloroquina. Para a reportagem da “Revista Isto é” (4 de junho de 2020), o empresário afirma estar convicto 100% que a cloroquina funciona e recomenda o tratamento precoce. Esse posicionamento é reforçado, meses depois, em entrevista para “CNN Brasil” (12 de março de 2021). No entanto, vale destacar que no mesmo mês (dia 06 de março de 2021) a OMS declarou, definitivamente, que a hidroxicloroquina e a cloroquina são ineficazes contra a COVID-19. Neste caso também vale destacar que, segundo a Universidade de Campinas (em reportagem para “Revista Isto é” do dia 24 de março 2021), a ingestão de cloroquina juntamente com azitromicina e ivermectina -medicamentos pertencentes ao chamado “kit covid” - está gerando hepatite medicamentosa em diversas pessoas, levando-as a fila do transplante de fígado.

Considerando esses apontamentos, o questionamento do empresário com relação à contagem de número de mortos pela COVID-19 e a crença sobre o tratamento precoce já descartado pela OMS, pode ser vista como um negacionismo científico, uma vez que o empresário nega as evidências de especialistas nacionais e internacionais para o tratamento da COVID-19, sugerindo o tratamento com cloroquina, assim como questiona os procedimentos de quantificação dos óbitos durante a pandemia, insinuando uma contagem de vítimas em excesso (RICARD; MEDEIROS, 2020; VILELA; SELLES, 2020). Adicionalmente, destaca-se que o tratamento, incentivado pelo empresário, ocasionou consequências graves em diversas pessoas. Tendo em vista que a cloroquina, de modo geral, está impactando negativamente a saúde, é notável que o posicionamento do empresário E3 coloca em risco à saúde e à vida, direitos humanos essenciais de acordo com a ONU (2020).

4.3 Práticas Leais de Operação (envolvimento político responsável)

Destaca-se, primeiro, o posicionamento político do empresário da E1. De acordo com as notícias dos jornais “Folha de São Paulo” e “Correio Brasiliense” do dia 5 de março de 2020, o empresário reforça estar 100% com o presidente do Brasil ao apoiar manifestações “anti-congresso” durante a pandemia. No vídeo, postado em seu perfil pessoal no *Instagram* (4 de março de 2020), o empresário afirma ter trabalhado na campanha do presidente. Tal apoio é reforçado meses em outras postagens: foto com frase do presidente afirmando defender “Deus, família e armamento” (23 de maio de 2020); vídeo sobre as “conquistas” do presidente (28 de junho de 2020); apoio ao Ministro da Economia, Paulo Guedes (18 de julho de 2020); foto da bandeira do Brasil (07 de setembro de 2020). Além do apoio ao presidente, chama atenção que o empresário postou uma charge em que se refere ao socialismo como “estúpido” já que essa forma de sistema dependeria do “capitalismo” (31 de outubro de 2020). Outra postagem significativa refere-se a um vídeo (26 de julho de 2020), de um jornalista conservador, que critica a decisão do Ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes, -no inquérito das *Fake News* - por atentar ao direito de liberdade de expressão. No mais, destaca-se que a empresa E3, segundo matéria

do “UOL” do dia 16 de outubro de 2020, foi condenada a pagar uma multa por oferecer propina (dinheiro e alimentos) para fiscais do Ministério da Agricultura no interior do Paraná.

Inicialmente, considerando suas postagens e declarações durante o período da pandemia, nota-se que o posicionamento político do empresário E1 é ultraconservador e liberal, características principais de um negacionista científico (Ricard & Medeiros, 2020; Vilela & Selles, 2020). Com relação ao envolvimento político, considerando o tópico 415 do GRI, o posicionamento do empresário contra o congresso e o STF, alicerces institucionais da democracia, pode ser visto como irresponsável, principalmente, durante a pandemia. No mais, a condenação do pagamento de propina por parte da empresa demonstra que a mesma vai contra os princípios de responsabilidade social posto na ABNT NBR ISO 26000/16001. Por último, vale citar que não se constatou nenhuma influência, tanto por parte da empresa quanto por parte do empresário, em políticas públicas que visam o combate à pandemia.

No que diz respeito ao envolvimento político do empresário da E2, destaca-se, primeiramente, um acontecimento que teve significativa repercussão. Segundo matéria do portal “G1” (27 de maio de 2020), o empresário da E2 é investigado pela Polícia Federal no inquérito que apura a divulgação e o financiamento de notícias falsas e ataques a ministros do Supremo Tribunal Federal. No entanto, ressalta-se que não é a primeira vez que o empresário está no meio questões envolvendo notícias falsas. Em julho de 2019, o empresário propagou notícias falsas contra o reitor de uma universidade federal em São Paulo. Esse caso foi parar na justiça e, em maio de 2020, o empresário foi condenado a pagar uma indenização por esse ato, segundo matéria do jornal “Correio Brasiliense” (25 de maio de 2020). Ademais, em seu perfil pessoal no *Instagram*, no que se refere ao combate da pandemia, o empresário defende o tratamento precoce (3 de junho de 2020), questiona a gravidade da pandemia (14 de maio de 2020), critica os gastos com a pandemia (19 de junho de 2020) e critica o número de mortos divulgados pelas secretarias (17 de agosto de 2020). Ainda, em suas mídias sociais, percebe-se: apoio ao presidente da república (19 publicações com citações diretas), ataques a políticos de esquerda e centro-direita -adversários do

presidente (41 postagens com menções diretas), ataque a artistas e músicos (20 de abril de 2020) e posicionamento a favor de privatizações e contra as organizações públicas (13 postagens com menções diretas). Por fim, vale destacar que a E2, segundo matéria da “Folha de São Paulo” do dia 19 de maio de 2020, passou a vender feijão, massa e arroz para tentar reabrir suas lojas como serviço essencial, sendo uma tentativa, conforme a própria reportagem, de burlar as medidas restritivas impostas.

Primeiro, nas publicações do empresário E2, nota-se a presença de três características negacionistas marcantes (RICARD; MEDEIROS, 2020; VILELA; SELLES, 2020). Ao questionar o número de mortos e a gravidade da pandemia, o empresário E2 coloca sob dúvida as evidências científicas e o trabalho dos profissionais da saúde. Já o posicionamento político ultraconservador (ou de extrema-direita) é observado no ataque constante a grupos políticos contrários. Por último, destaca-se o histórico do empresário no que diz respeito à propagação de notícias falsas (também conhecida como *Fake News*). Ao financiar notícias falsas e ataques a supostos adversários políticos do presidente, o empresário da E2 acaba exercendo uma influência indevida no cenário político e público. Sendo assim, o empresário descumpriu as orientações postas no tópico 415 do GRI que trata de um envolvimento político responsável.

A reportagem de “O Tempo”, do dia 7 de junho de 2020, informa sobre a possibilidade de E3 assumir o cargo no Ministério da Saúde, indicando algumas de suas principais ideias a respeito da pandemia da COVID-19: o apoio do uso irrestrito da cloroquina para combater a doença e revisão dos critérios adotados na contagem de número de mortos. Adicionalmente, a reportagem da “Revista ISTO É” (2 de junho de 2020) informa que E3 confirmou o convite para ocupar a vaga no Ministério da Saúde e que aceitaria o cargo na SCTIE. Um ponto a ser destacado nessa reportagem é o comentário a respeito das atribuições dessa Secretaria, que é considerada estratégica por coordenar parcerias com a iniciativa privada para fabricação de medicamentos e outros insumos. Concomitantemente a esses acontecimentos, cabe aqui mencionar o aumento de consumo de 358% no consumo de cloroquina, gerando lucro para as empresas farmacêuticas, conforme reportagem da

“Bahia Notícias” (11 de julho de 2020). Na reportagem do jornal “Extra” (28 de junho de 2020), outro dado importante é revelado: a produção anual de cloroquina aumentou cerca de 18 vezes nos últimos meses em relação aos anos anteriores.

Outro caso relevante que merece destaque é o fato de que E3 está buscando comprar vacinas para seus funcionários, no entanto, é contrário ao dispositivo que obriga a doação de 100% das vacinas, compradas pelo setor privado, ao Sistema Único de Saúde (SUS) até que sejam vacinados todos os grupos prioritários, conforme entrevista dada ao jornal Folha de São Paulo (12 de março de 2021). Após essa declaração, houve uma grande pressão, até mesmo um abaixo-assinado liderado por E3 e E2 (“Revisto ISTO É” do dia 23 de março de 2021), visando reverter a obrigatoriedade de doação de 100% das vacinas ao SUS. Tal lobby dos empresários culminou em uma decisão judicial da Justiça Federal de Brasília que, segundo o site “Infomoney” (25 de março de 2021), “considerou inconstitucional a lei aprovada pelo Congresso que obriga a doação ao Sistema Único de Saúde (SUS) de 100% de vacinas compradas por empresas ou outras instituições enquanto todos os grupos considerados prioritários não forem vacinados”.

As situações expostas nas matérias jornalísticas deixam evidente que, apesar do empresário E3 negar, ele possui uma influência política significativa no cenário nacional. No entanto, ao contrário do que defende os institutos e organizações de Responsabilidade Social Corporativa (Instituto Ethos e GRI), o envolvimento político do empresário interfere negativamente no desenvolvimento de políticas públicas no combate à pandemia. Ao interferir nas medidas de vacinação aprovadas pelo congresso nacional, E3 busca somente o benefício próprio e de seus pares. Além do tema envolvendo a vacina, ao defender um medicamento (já comprovado ser não eficaz pela OMS) e, paralelamente, participar como consultor das estratégias do Ministério da Saúde, E3 acaba sendo um agente ativo no aumento dos gastos públicos com remédios que não tem comprovações científicas. Sendo assim, sua interferência política é, no mínimo, irresponsável, na perspectiva da saúde pública.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou analisar o posicionamento quanto à RSC das empresas, e de seus respectivos empresários, durante a pandemia da COVID-19. Primeiramente, foi realizado um estudo exploratório, nos principais veículos de comunicação, buscando identificar empresas e empresários que apresentam uma postura de negacionismo científico conforme a literatura. Identificados os empresários, observou-se o posicionamento quanto à RSC desses empresários, e de suas respectivas empresas. Por último, esses posicionamentos foram analisados e confrontados com a literatura de RSC.

Após a análise dos posicionamentos, conclui-se que os empresários, das empresas selecionadas, possuem uma postura de negacionista científico por apresentarem, em seus atos e discursos, características como: negar a gravidade da pandemia; questionar o número de mortos; espalhar notícias falsas ou distorcer informações; posicionamento político ultraconservador. No que diz respeito às visões de RSC, percebe-se que as empresas analisadas ainda não apresentam um posicionamento contemporâneo baseado em questões amplas que abarcam diferentes agentes da sociedade, limitando-se, assim, a ações filantrópicas isoladas.

Com relação aos pressupostos de RSC dos principais institutos e normas, nacionais e internacionais, considera-se que não há um cumprimento efetivo por partes das empresas e dos seus respectivos empresários. Tal conclusão se dá, principalmente, pelas constantes violações de direitos humanos – essencialmente- no que se refere ao direito à vida e à saúde. Além disso, a influência política dos empresários foi considerada prejudicial para o desenvolvimento de políticas públicas no combate à pandemia. Durante a análise, notou-se que os empresários buscaram interferir em aspectos primordiais na saúde pública, como a vacinação e o tratamento, para ter benefícios próprios. Isso se torna preocupante em razão do surgimento de problemas cada vez mais complexos na sociedade, que exigem uma postura de RSC à altura de desafios tão impactantes como, por exemplo, a pandemia da COVID-19.

Tendo em vista os resultados dessa pesquisa, encontrou-se um limbo ainda existente entre o discurso e a prática de RSC. Apesar de existirem normas e diretrizes quanto à RSC, muitas empresas, conforme visto nesse estudo, ainda não exercem um papel socialmente consciente em sua estratégia de gestão de negócio, uma vez que suas ações são baseadas

somente em iniciativas filantrópicas. Outra questão importante constatada nessa pesquisa, e que deve ser mencionada, é a figura do empresário como agente influenciador de comportamento por meio das plataformas das suas empresas. Ademais, embora exista uma participação ativa dos empresários, observou-se que ainda persiste o pensamento de que “empresa” e “empresário”, isto é, vida profissional e pessoal, não estão associadas, sendo assim, uma não interferiria na outra. Pelo contrário, novos estudos podem indicar como a figura do empresário é determinante para a imagem da empresa. Um exemplo ilustrativo dessa situação ocorreu com E2 no segundo semestre do ano de 2020, quando a sua própria companhia admitiu que processos envolvendo o executivo podem repercutir negativamente numa possível abertura de capital da empresa na Bolsa de Valores (“E-Investidor Estadão” do dia 03 de setembro de 2020). Tendo em vista isso, pode-se afirmar que os ambientes pessoal e profissional são, cada vez mais, interdependentes.

Buscando avançar nos conceitos envolvendo RSC, é importante destacar, primeiramente, que os avanços ao longo das últimas décadas foram alcançados devido a uma grande evolução nos conceitos, que gerou, conseqüentemente, uma participação mais ativa de diversos agentes da sociedade. Por isso, uma sugestão para as instituições, que regulamentam e traçam as diretrizes sobre o tema, é a inclusão de ações que estimulem e conscientizem todos os agentes da sociedade civil, pública e privada quanto às boas práticas de RSC.

Dito isso, pode se dizer que umas limitações do trabalho é o fato de que a fonte dos dados de análise foi exclusivamente virtual e a partir de dados secundários. Como sugestões para trabalhos futuros, recomenda-se a realização de uma pesquisa tendo como base observações de campo e entrevistas com (ex) funcionários e clientes das empresas aqui analisadas, a fim de verificar quais impactos nos negócios a postura negacionista acaba gerando, tanto em termos de gestão de pessoas, quanto de vendas e relacionamentos com os clientes. Também, é sugerida uma pesquisa comparativa entre empresas que estão em menos sintonia com as boas práticas de RSC versus empresas que se destacam na utilização desse conceito, mostrando como tais posturas distintas sobre a temática podem impactar competitivamente os negócios.

REFERÊNCIAS

- ABNT. *ABNT NBR ISO 26000 - Diretrizes sobre Responsabilidade Social*. International Organization for Standardization, 1-118, 2010.
- ABUGRE, J. B., & NYUUR, R. B. Organizations' commitment to and communication of CSR activities: insights from Ghana. *Social Responsibility Journal*, v.11, n.1, p.161-178, 2015.
- AGUDELO, M. A. L., JÓHANNSDÓTTIR, L., & DAVÍSDÓTTIR, B. A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, v.4, n.1, 2019.
- BARDIN. L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BASTOS, S. B., & CAJUEIRO, D. O. Modeling and forecasting the early evolution of the Covid-19 pandemic in Brazil. *arXiv preprint arXiv:2003.14288*, 2020.
- BOWEN, H. *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press, 2013.
- CAPONI, S. Covid-19 no Brasil: entre o negacionismo e a razão neoliberal. *Estudos Avançados*, v.34, n.99, 209-224.
- CARROLL, A. B. A history of corporate social responsibility: Concepts and practices. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, p.19-46, 2008.
- CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of management review*, v.4, n.4, p.497-505, 1979. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>.
- CETIC. 2019. *TIC Domicílios – 2019: A4B - DOMICÍLIOS, POR PRESENÇA DE COMPUTADOR E INTERNET*. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2019/domicilios/A4B/>>. Acesso em: 07 de julho de 2020
- CHANG, Sheryl L. et al. Modelling transmission and control of the COVID-19 pandemic in Australia. *Nature communications*, v. 11, n. 1, p. 1-13, 2020.
- CHOUDHARY, N., & SINGH, N. K. Corporate social responsibility–Competitive advantage or social concern. *European Journal of Business and Management*, v.4, n.4, 57-69, 2012.
- COCHRAN, P. L. The evolution of corporate social responsibility. *Business horizons*, v.50, n.6, p.449-454, 2007.
- COURTEMANCHE, C. et al. Strong Social Distancing Measures In The United States Reduced The COVID-19 Growth Rate: Study evaluates the impact of social distancing measures on the growth rate of confirmed COVID-19 cases across the United States. *Health Affairs*, v. 39, n. 7, p. 1237-1246, 2020.
- DATAFOLHA. 2020. *Para 76%, as pessoas devem ficar em casa, diz Datafolha*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/04/para-76-as-pessoas-devem-ficar-em-casa-diz-datafolha.shtml>>. Acesso em: 16 de agosto de 2020,
- DAVIS, K. Understanding the social responsibility puzzle. *Business horizons*, v.10, n.4, p.45-50, 1967.
- DIAS, R. *Responsabilidade Social: fundamentos e gestão*. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

DWECK, E. (2020). *Impactos Macroeconômicos e Setoriais da Covid-19 no Brasil: Nota Técnica*. Disponível em: <https://www.ie.ufrj.br/images/IE/grupos/GIC/GIC_IE_NT_ImpactosMacroSetoriaisdaC19noBrasilvfinal22-05-2020.pdf>. Acesso em: 05 de julho de 2020.

ELKINGTON, J. Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California management review*, v.36, n.2, p.90-100, 1994. DOI: <https://doi.org/10.2307/41165746>.

ETHOS. 2017. *Indicadores Ethos para negócios responsáveis e sustentáveis*. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-para-negocios-sustentaveis-e-responsaveis/#.WE7OE-jWKuw>>. Acesso em: 05 de julho de 2020

ETHOS. 2021. *O Instituto*. Disponível em: <<https://www.ethos.org.br/conteudo/o-instituto/>>. Acesso em: 19 de março de 2021

FALCK, O.; SHEBLICH, S. Corporate social responsibility: Doing well by doing good. *Business horizons*, v.50, n.3, p.247-254, 2007.

FRASER, C. et al. Pandemic potential of a strain of influenza A (H1N1): early findings. *Science*, v. 324, n. 5934, p. 1557-1561, 2009.

FREEMAN, R. E. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010.

GARCÍA-SÁNCHEZ, I. M; GARCÍA-SÁNCHEZ, A. Corporate social responsibility during COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, v.6, n.4, p.126, 2020.

GRI. 2016. *Consolidated Set of GRI Sustainability Reporting Standards 2016*. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/>>. Acesso em: 21 de Agosto de 2020.

GRI. (2021). *Our mission and history*. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/>>. Acesso em: 19 de Março de 2021

GUO, Weina et al. Diabetes is a risk factor for the progression and prognosis of COVID-19. *Diabetes/ metabolism research and reviews*, v. 36, n. 7, p. e3319, 2020.

HALLAL. (2020). *Pesquisa da UFPe estima subnotificação de casos de covid-19 no Brasil*. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2020-06/pesquisa-da-ufpel-estima-subnotificacao-de-casos-de-covid-19-no-brasil>>. Acesso em: 01 de julho de 2020

HE, H.; HARRIS, L. The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of Business Research*, n.116, p.176-182, 2020.

IBGE. 2017. *Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal*. Disponível em: <biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf>. Acesso em: 05 de julho de 2020

IBGE. (2020a). *Pnad Covid-19: Indicadores de saúde*. Disponível em: <<https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/>>. Acesso em: 05 de julho de 2020.

IBGE. (2020b). *Pandemia deixa 9,7 milhões de trabalhadores sem remuneração em maio*. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/28038-pandemia-deixa-9-7-milhoes-de-trabalhadores-sem-remuneracao-e-maio?utm_source=covid19&utm_medium=hotsite&utm_campaign=covid_19>. Acesso em: 07 de julho de 2020

- JOVEM APRENDIZ. 2020. *Jovem Aprendiz | Oportunidades & Vagas*: Inscreva-se Já!. Disponível em: <<https://jovemaprendiz.pro.br/>>. Acesso em: 25 de agosto de 2020
- LANCET, T. COVID-19 in Brazil: “So what?”. *Lancet (London, England)*, v. 395, v10235, p.1461, 2020.
- LEE, M. D. P. A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International journal of management reviews*, v.10, n.1, p.53-73, 2008.
- LIGHTER, J. et al. Obesity in patients younger than 60 years is a risk factor for Covid-19 hospital admission. *Clinical Infectious Diseases*, v. 71, n. 15, p. 896-897, 2020.
- LIU, Y. et al. The reproductive number of COVID-19 is higher compared to SARS coronavirus. *Journal of travel medicine*, 2020.
- MATHIS, A. D. A.; MATHIS, A. Responsabilidade social corporativa e direitos humanos: discursos e realidades. *Revista Katálysis*, v.15, n.1, p.131-140, 2012.
- MATRAJT, L; LEUNG, T. Evaluating the effectiveness of social distancing interventions to delay or flatten the epidemic curve of coronavirus disease. *Emerging infectious diseases*, v.26, n.8, p.1740-1748, 2020.
- MATTIOLI, J. W.; CASTRO, D. S. P.; CLARO, J. A. C. S.; VIEIRA, A. M.; SPERS, V. R. E. Corporate social responsibility and its role in the small business scenario. *Nucleus (Ituverava)*, v. 12, p. 285-302, 2015.
- MEHTA, P. et al. Across Speciality Collaboration. COVID-19: consider cytokine storm syndromes and immunosuppression. *Lancet (London, England)*, v.395, n.10229, p.1033-1034, 2020.
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. 2015. *Compreendendo a Responsabilidade Social: ISO 26000 e ABNT NBR 16001*. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/cartilha_compreendendo_a_responsabilidade_social.pdf>. Acesso em: 07 de agosto de 2020.
- MURPHY, P. E. An evolution: Corporate social responsiveness. *University of Michigan Business Review*, v.30, n.6, p.19-25, 1978.
- OMS. 2020a. *Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*. Disponível em: <<https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>>. Acesso em: 16 de agosto de 2020.
- OMS. 2020b. *Coronavirus: Prevention*. Disponível em: <https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_2>. Acesso em: 16 de julho de 2020.
- OMS. 2020c. *Coronavirus: Overview*. Disponível em: <https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1>. Acesso em: 16 de julho de 2020.
- OMS. 2020d. *Folha informativa COVID-19 - Escritório da OPAS e da OMS no Brasil*. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19#cloroquina>>. Acesso em: 16 de agosto de 2020.
- ONU. 2015a. *Guide to Corporate Sustainability*. Disponível em: <https://d306pr3pise04h.cloudfront.net/docs/publications%2FUN_Global_Compact_Guide_to_Corporate_Sustainability.pdf>. Acesso em: 25 de agosto de 2020.
- ONU. 2015b. *SDG Compass: The guide for business action on the SDGs*. Disponível em: <https://sdgcompass.org/wp-content/uploads/2015/12/019104_SDG_Compass_Guide_2015.pdf>. Acesso em: 29 de agosto de 2020

- PHILLIPS, K. W. *Ultimate guide to Instagram for business*. Entrepreneur Press, 2017.
- PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Creating shared value. In *Managing sustainable business*. p 323-346. Springer, Dordrecht, 2019.
- RICARD, J.; MEDEIROS, J. Using misinformation as a political weapon: COVID-19 and Bolsonaro in Brazil. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, v.1, n.3, 2020.
- SCHOENEBORN, D; MORSING, M; CRANE, A. Formative perspectives on the relation between CSR communication and CSR practices: Pathways for walking, talking, and t (w)alking. *Business & Society*, v.59, n.1, p.5-33, 2020.
- SHEREEN, M. A. et al. COVID-19 infection: Origin, transmission, and characteristics of human coronaviruses. *Journal of Advanced Research*, v.24, p.91-98, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jare.2020.03.005>.
- SWANSON, D. L. Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model. *Academy of management review*, v.20, n.1, p.43-64, 1995. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271990>.
- VENDRAMINE, M. F. M.; NOBRE, F. C.; VIEIRA, A. M. Como enfrentar a covid-19? O sol de maio vai nos ajudar? *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 15, n. 1, p. 197-211, 2021.
- VIEIRA, A. M.; RIVERA, D. P. B. A Hermenêutica no Campo Organizacional: duas possibilidades interpretativistas de pesquisa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 14, n. 44, p. 261-273, 2012.
- VILELA, M. L; SELLES, S. E. É possível uma Educação em Ciências crítica em tempos de negacionismo científico? *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, 37(3), 1722-1747, 2020.
- UNESCO. *Educação: da interrupção à recuperação*. 2020. Disponível em: <<https://pt.unesco.org/covid19/educationresponse>>. Acesso em 05 de julho de 2020.
- WADDOCK, S. A.; GRAVES, S. B. The corporate social performance–financial performance link. *Strategic management journal*, 18(4), 303-319, 1997.
- WORLDOMETERS. 2020. *Covid-19 Coronavirus Pandemic*. Disponível em: <<https://www.worldometers.info/coronavirus/#countries>>. Acesso em 16 de agosto de 2020.
- WU, Z; MCGOOGAN, J. M. Characteristics of and important lessons from the coronavirus disease 2019 (COVID-19) outbreak in China: summary of a report of 72 314 cases from the Chinese Center for Disease Control and Prevention. *Jama*, v.323, n.13, p.1239-1242, 2020.

Recebido em: 14-1-2022

Aprovado em: 30-5-2023

Avaliado pelo sistema double blind review.

Disponível em <http://mjs.metodista.br/index.php/roc>