

COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA

Eiró-Gomes, M.; Raposo, A; Silvestre, C.; Nunes, T.; Simão, J.,

*Investigação financiada pelo IPL - Instituto Politécnico de Lisboa
No âmbito do concurso para financiamento de Projetos de IDI&CA - IPL/2018/3Cs_ESCS*

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

- **PROJETO 3C's – COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA**
 - **Entidade Financiadora:** *Investigação financiada pelo IPL - Instituto Politécnico de Lisboa, no âmbito do concurso para financiamento de Projetos de IDI&CA - IPL/2018/3Cs_ESCS*
 - **Equipa de Investigação:**
 - **Mafalda Eiró-Gomes (Coordenação), ERPCO/ESCS-IPL**
 - Ana Raposo, ERPCO/ESCS-IPL
 - Cláudia Silvestre, Estatística/ESCS-IPL
 - João Simão, ERPCO/ESCS-IPL
 - Tatiana Nunes, ERPCO/ESCS-IPL
 - João Ferreira (*Bolseiro, antigo estudante da licenciatura em RPCE-ESCS, estudante do mestrado em GERP-ESCS*)

CIDADANIA CORPORATIVA

- **Responsabilidade Empresarial**
- **CSR (Corporate Social Responsibility)**
- **Cidadania Corporativa**
- ***Hands-out philanthropy*** (doações em numerário mais ou menos avulsas).



COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA (Steyn e Puth, 2003)

Uma função de gestão estratégica que trabalha para construir e gerir relações entre a organização e todos os seus *stakeholders* através da negociação e procurando soluções benéficas a longo prazo para ambas as partes.

TÉCNICO: Papel ao nível da implementação, sendo responsável por operacionalizar as estratégias e planos previamente definidos, optando pelo melhor modo de concretizar as metas por si determinadas. Operacionalização.

GESTOR: papel funcional, associado à determinação de informação e representação externa da organização, dos seus valores e da sua atuação. Tomada de decisão sobre problemas e oportunidades.

ESTRATEGA: Papel ao nível do vértice estratégico da organização. Baseia-se na análise da envolvente para reunir informações sobre os públicos e assuntos relevantes, através de um conjunto de técnicas específicas, antecipa tendências e toma decisões.

RP: FUNÇÃO DE GESTÃO ESTRATÉGICA (PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF AMERICA)

- Análise, interpretação e antecipação de assuntos, acontecimentos ou opiniões que possam ter impacto, positivo ou negativo, no funcionamento da organização;
- Aconselhamento da gestão de topo da organização no que diz respeito à tomada de decisões e implementação de ações, gerindo os interesses dos públicos e da organização e garantindo o cumprimento das responsabilidades com cada público e com a sociedade;
- Pesquisa, implementação e avaliação contínua de programas de ação e comunicação, procurando a compreensão e compromisso de cada *stakeholder*;
- Planeamento e implementação de programas com o objetivo de alcançar mudanças nas políticas públicas que permitam à organização desenvolver a sua atividade

COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA

Como entendem as nossas organizações as questões da sustentabilidade, da governança, da cidadania corporativa?

Qual a amplitude das suas preocupações sociais e ambientais? Que programas, projetos, ações, desenvolvem?

Que papel desempenham os profissionais (departamentos) de Comunicação nesta temática?

Que perspetiva (operacional, tática ou estratégica) da comunicação têm estas empresas?

Que visão (discursiva ou constitutiva) têm do próprio conceito de Comunicação?

De um ponto de vista teórico que conceitos privilegiam para designar a noção de “Cidadania Corporativa”?
Responsabilidade Social Empresarial? Investimento Social?

DESENHO DE INVESTIGAÇÃO

- Perspetiva **pragmatista** de investigação
- **Objetivos de investigação:**

Compreender como as organizações associadas do GRACE definem o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

Conhecer como entendem as organizações associadas do GRACE o papel do profissional de comunicação nestes projetos

UNIVERSO DE ANÁLISE



GRACE

Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial

Fomentar a participação das empresas no contexto social em que se inserem, através do estabelecimento de parcerias que potenciem impactos visíveis e concretos da atividade da Associação, em articulação com outras entidades da Sociedade Civil, como Universidades, Organizações Não Governamentais, Associações Empresariais, Autarquias, entre outras.

158 organizações associadas

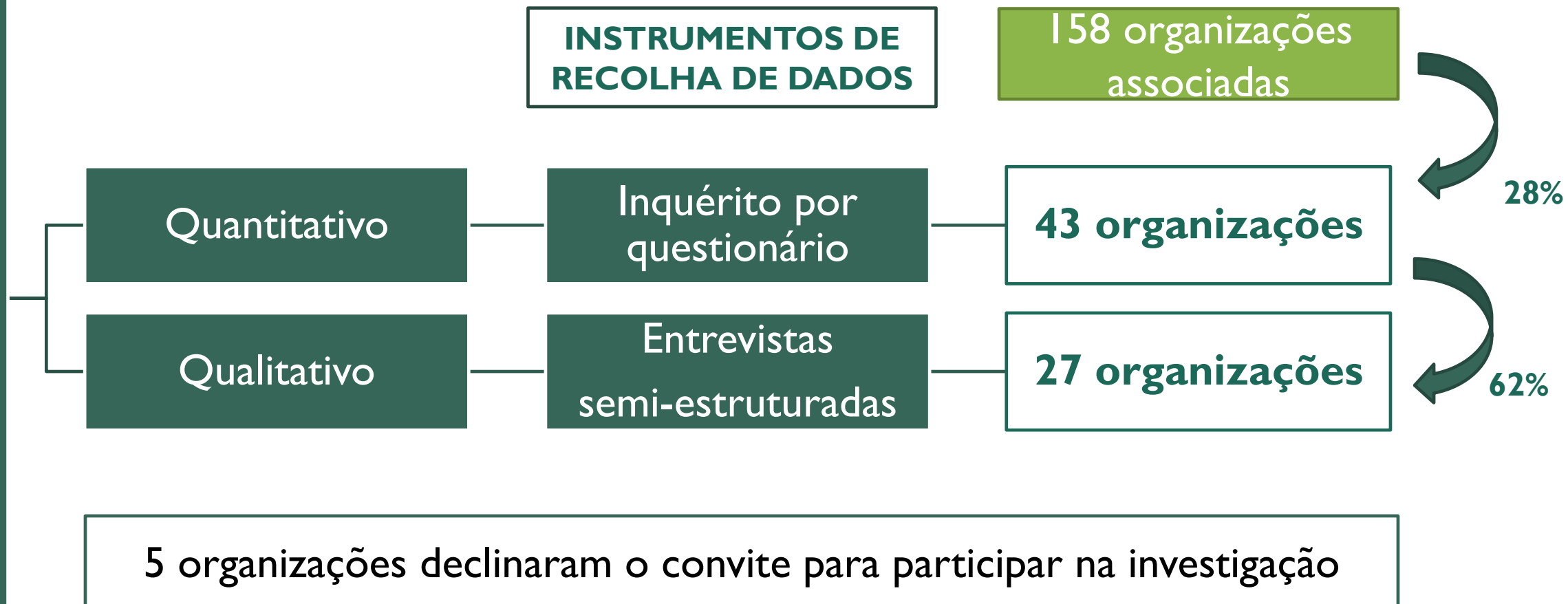
METODOLOGIA E RECOLHA DE DADOS

Metodologia Mista



METODOLOGIA E RECOLHA DE DADOS

Metodologia Mista



ANÁLISE DE DADOS

- Análise Descritiva
- Análise de Conteúdo de tipo Qualitativo
 - Criação de categorias de análise
 - *Concept-driven*
 - *Data-driven*

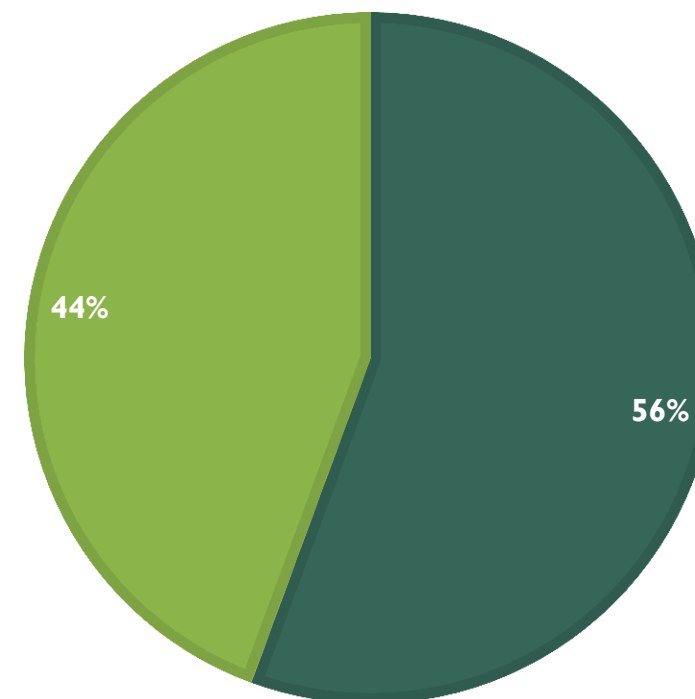
DIVERSIDADE DE ORGANIZAÇÕES

Setor de Atividade

Atividades de Rádio e Televisão	1
Administração de imóveis por conta de outrem	1
Advocacia / Jurídico	1
Assistência à Aviação Civil	1
Bens de consumo: Cafés e sucedâneos	1
Comunicação/Consultoria	5
Economia Social/Corporativa/Fundação	3
Energia	1
Funerário	1
Hotelaria	1
Indústria Química	2
Equipamentos IT	1
Infraestruturas rodoferroviárias	1
Restauração e Catering	2
Saúde	1
Sector Terciário	2
Terceiro Setor	2
Total	27

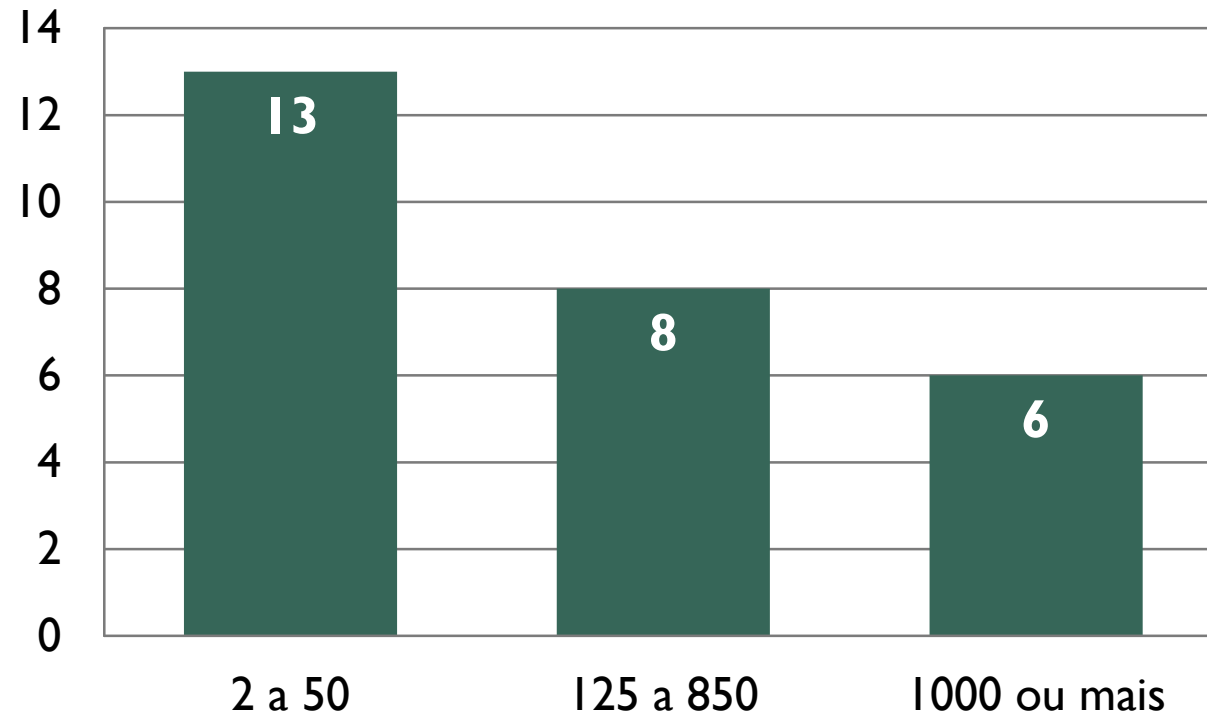
ÂMBITO DE ATUAÇÃO

■ Internacional ■ Nacional

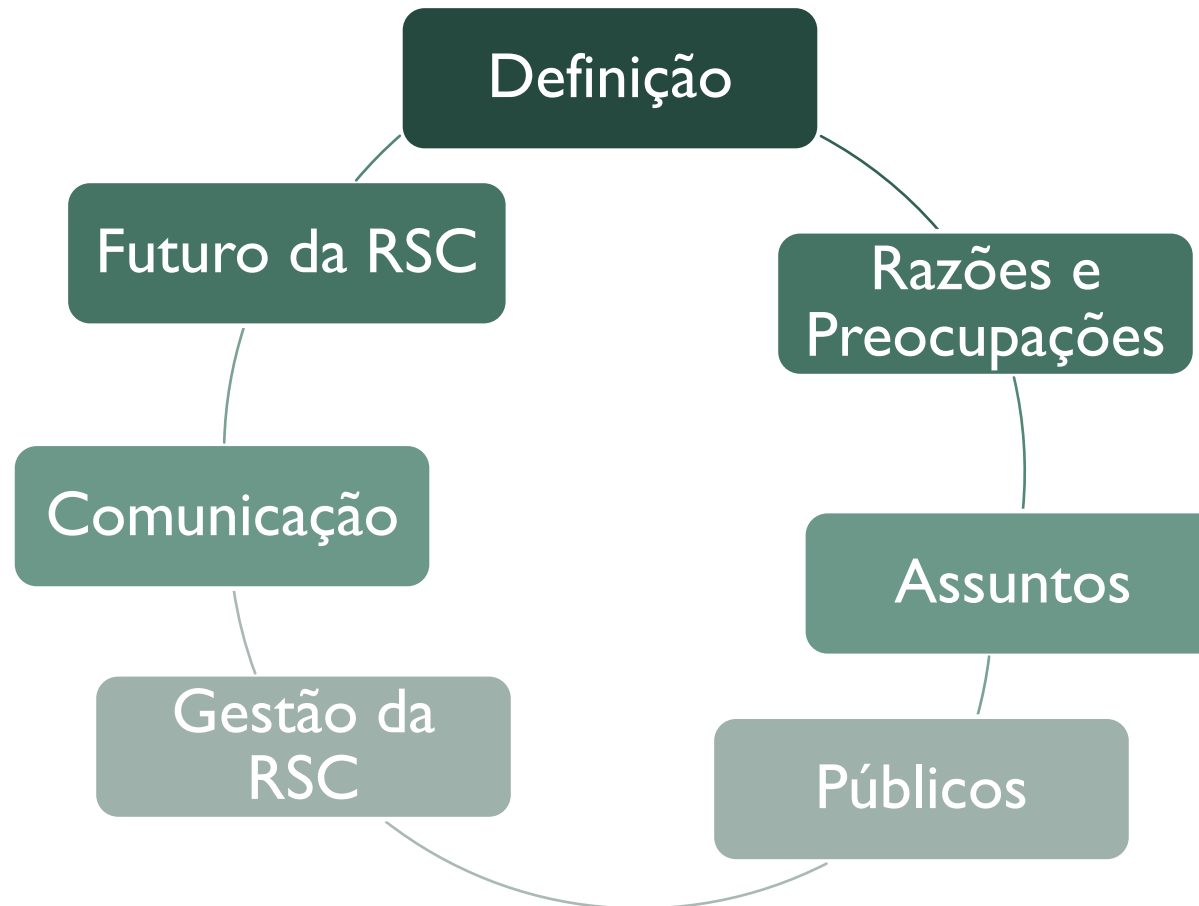


DIVERSIDADE DE ORGANIZAÇÕES

Nº de colaboradores



ANÁLISE DE CONTEÚDO QUALITATIVA



COMO DEFINEM AS ORGANIZAÇÕES O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA?

- Quando pensa em Responsabilidade Social Corporativa (RSC), pensa em...



COMO DEFINEM AS ORGANIZAÇÕES O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA?

Compromisso com a Sustentabilidade

O GRACE posiciona-se como um “grupo de reflexão e apoio à **cidadania corporativa**”

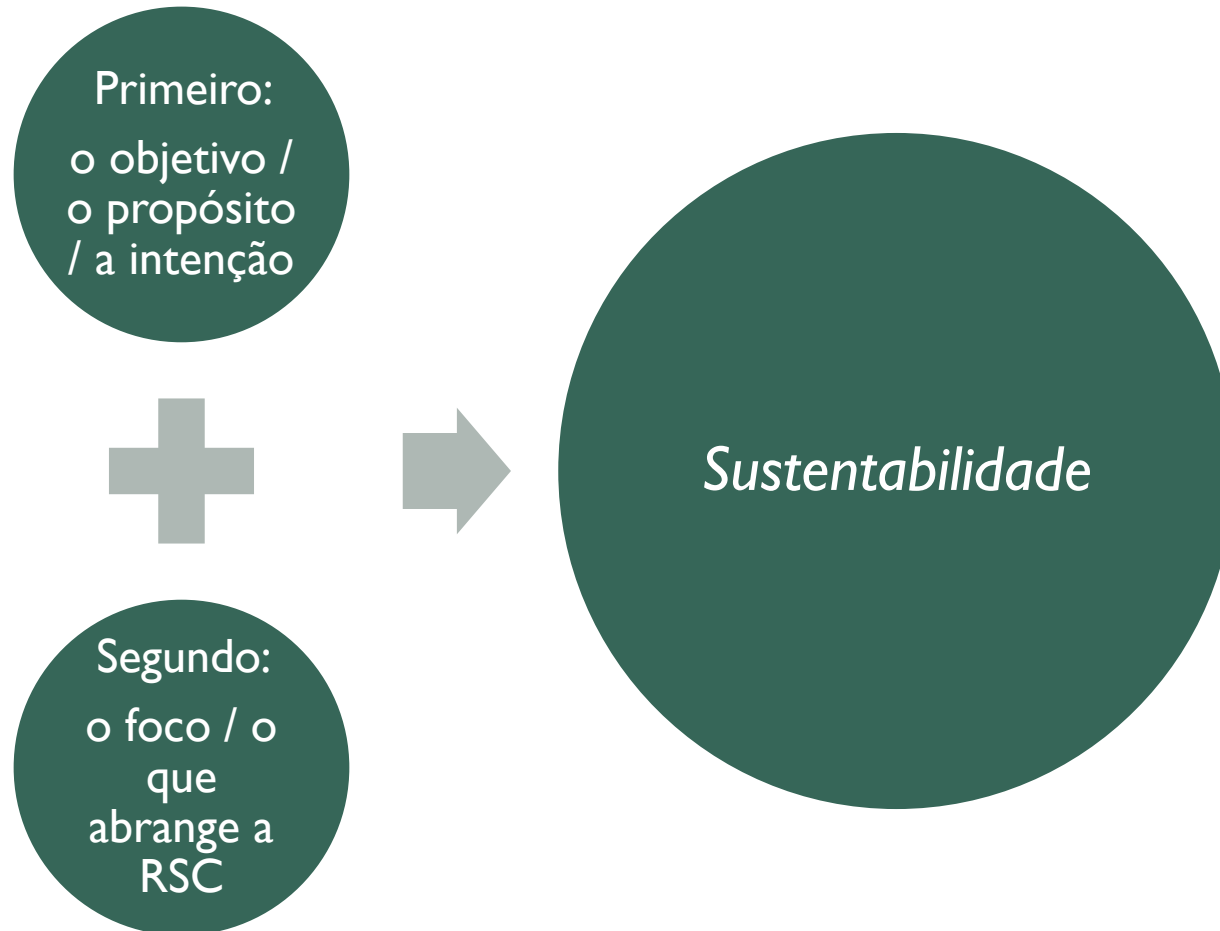
Frequentemente

Raramente

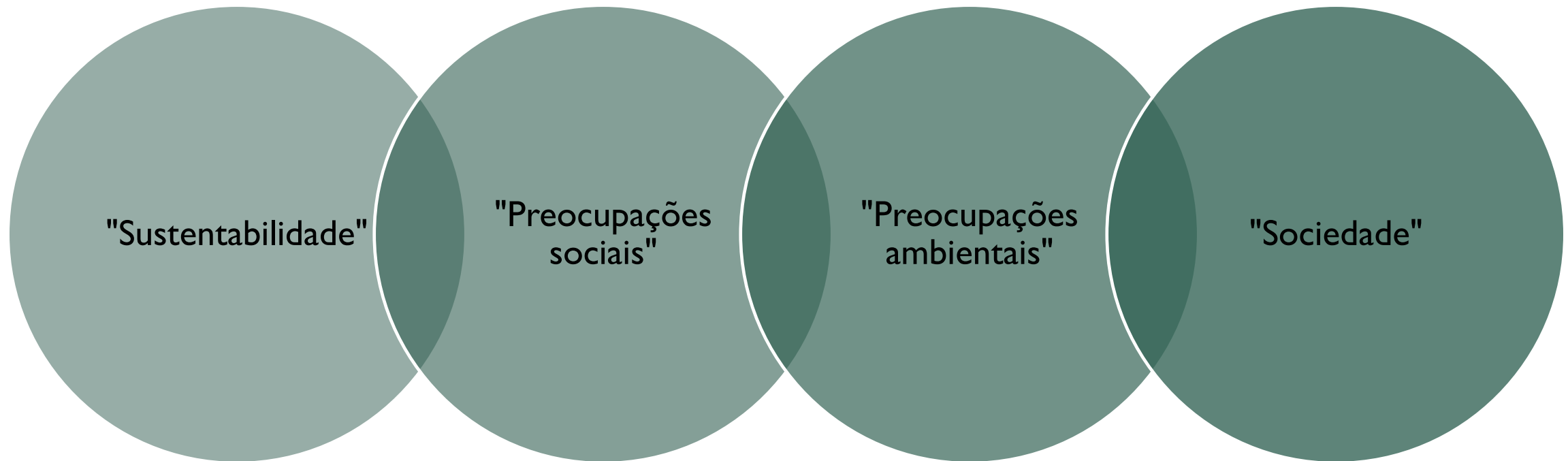
“Responsabilidade Social Corporativa”

“Cidadania Corporativa”

DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

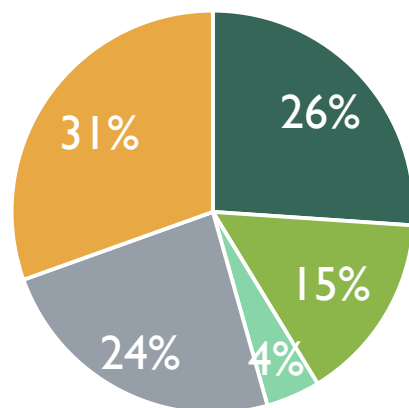


DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA



RAZÕES E PREOCUPAÇÕES

Porque considera que a organização dinamiza ações de RSC?



- **Por questões de reputação**
- **Exigência dos consumidores**
- Incentivo governamental
- Interesse dos investidores
- Outras razões

“Escolhemos os projetos não apenas pela sua importância, mas também pelo retorno do investimento que podemos ter para a organização”

“Cada vez mais, esses são as exigências dos nossos clientes. (...) Por exemplo, começamos a receber solicitações relacionadas com a produção nacional. (...) Claramente, os nossos objetivos económicos estão alinhados com nossos objetivos ambientais e de sustentabilidade.”

ASSUNTOS

Ambiente

- Veículos ecológicos
- Eficiência energética
- Objetivos ambientais
- Reciclagem

Comércio Justo

Assimetrias salariais

Locais de trabalho inclusivos

Inclusão Social

Desenvolvimento das comunidades locais

ASSUNTOS GERIDOS NO ÂMBITO DA RSC DA ORGANIZAÇÃO

Ações de
Voluntariado

Relações
com a
Comunidade

Proteção do
Ambiente

ASSUNTOS VOLUNTARIADO

Generalista
Área Social

Generalista
Área Ambiental

Voluntariado Técnico
(na área de
especialidade da
org.)



PÚBLICOS

Quais os públicos que são envolvidos nas ações no âmbito da RSC?

Comunidade

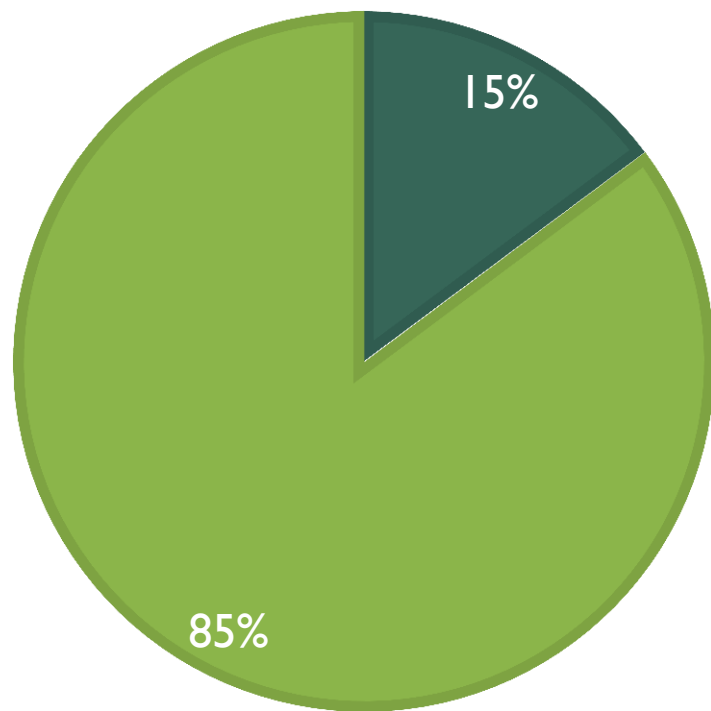
Colaboradores

Parceiros

GESTÃO DA RSC

TEM UMA POLÍTICA DE RSC?

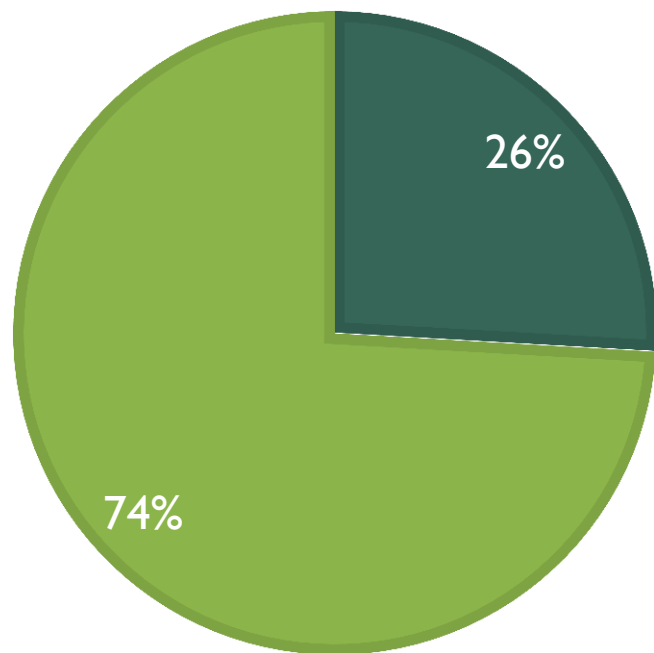
■ Não ■ Sim



GESTÃO DA RSC

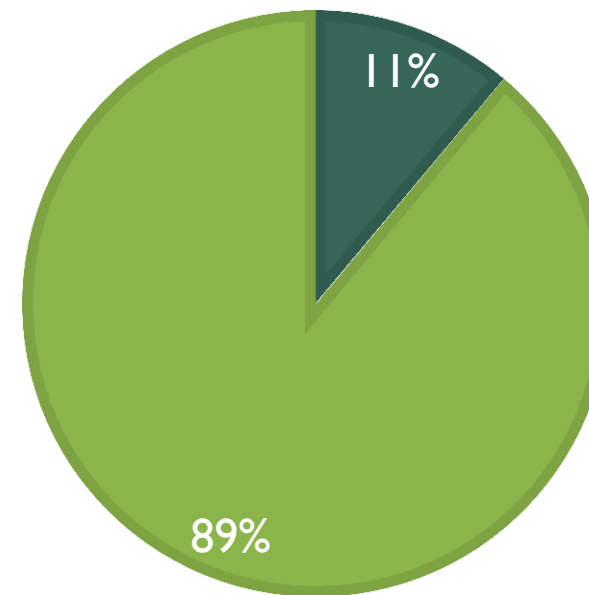
TEM UM PLANO ESTRATÉGICO
PARA A RSC?

■ Não ■ Sim



A RSC FAZ PARTE DO PLANO
ESTRATÉGICO DA
ORGANIZAÇÃO?

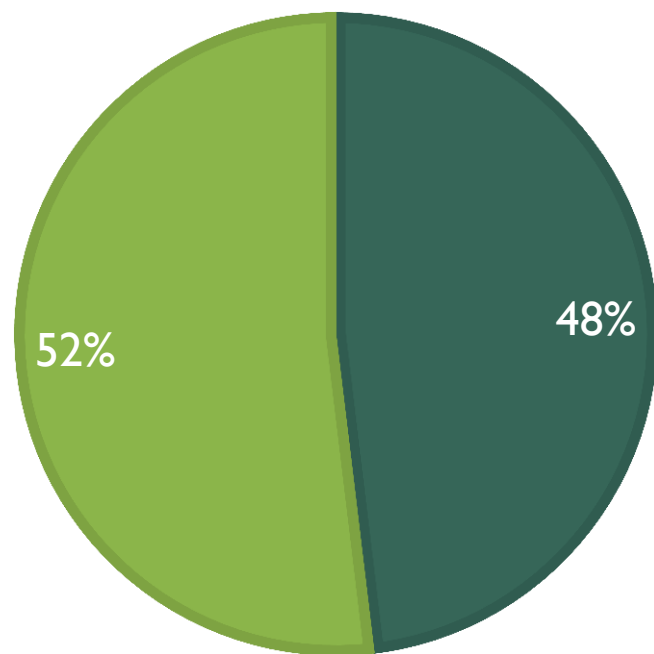
■ Não ■ Sim



GESTÃO DA RSC

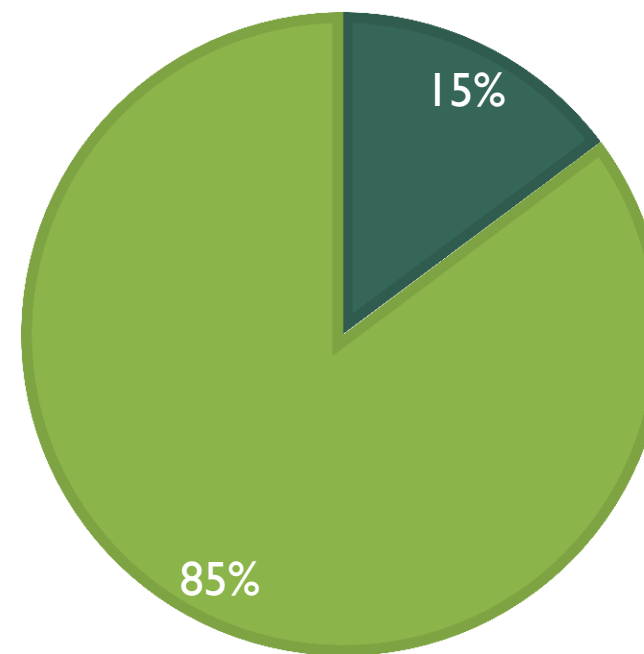
EXISTE UM ORÇAMENTO ANUAL
PARA AÇÕES DE RSC?

■ Não ■ Sim



AÇÕES DE RSC SÃO REALIZADAS
DE QUE FORMA?

■ Esporádica ■ Regular



GESTÃO DA RSC

AVALIAÇÃO DA RSC

Poucas organizações têm processos formais para avaliar o impacto dos investimentos em RSC.

Existe uma noção clara de que é necessário uma abordagem diferente

“Até agora, não usamos métricas de avaliação. Ainda não temos avaliação de impacto de RSE (...). É uma lacuna que temos.”

"Não existe (avaliação de impacto), mas é nosso objetivo implementá-lo a partir de agora."

O FUTURO DA RSC

PERSPETIVAS E CONCEITOS FUTUROS, VISÕES, DESAFIOS E TENDÊNCIAS

Reorganização

- Existe uma vontade de repensar a maneira de entender e gerir a RSC.
- Existe uma preocupação com a avaliação da RSC através dos Relatórios de Sustentabilidade.

Genuíno / Autêntico

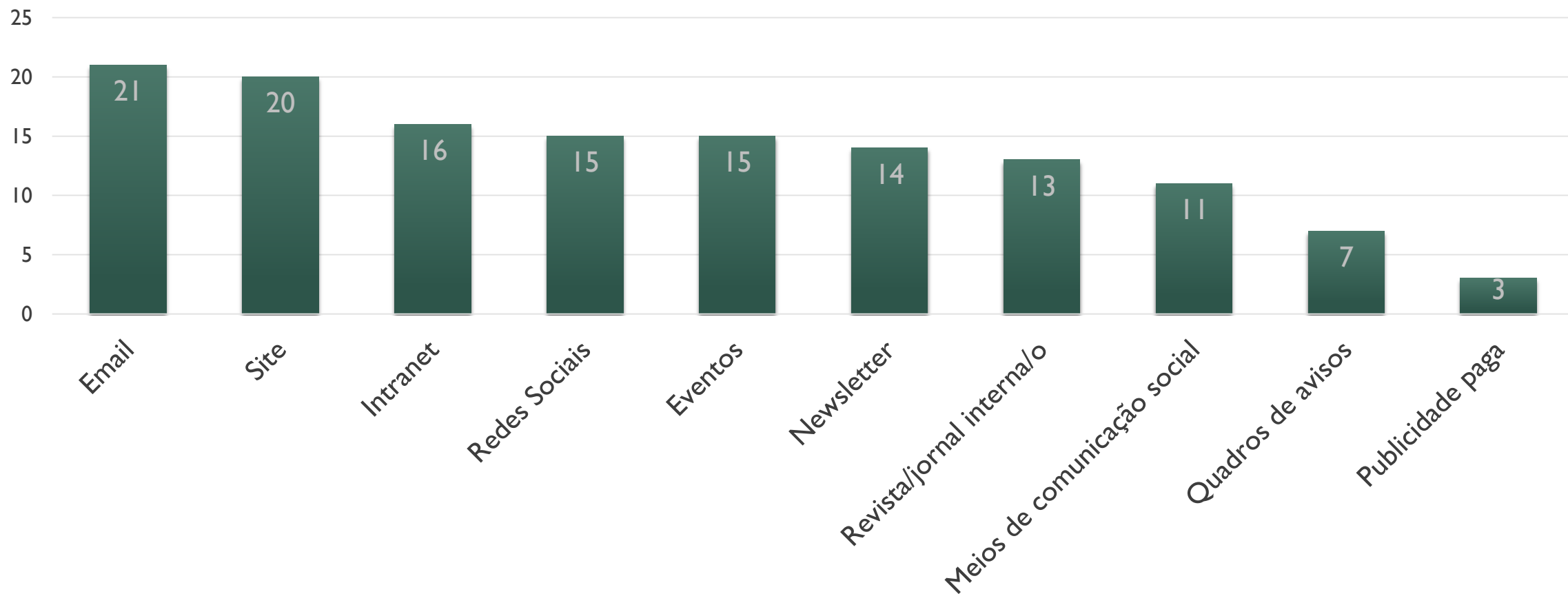
- A RSC deve começar no interior da organização.

Novos Assuntos

- Work Life Balance
- Equidade Salarial
- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas

COMUNICAÇÃO

Como comunicam as ações de Responsabilidade Social Corporativa?

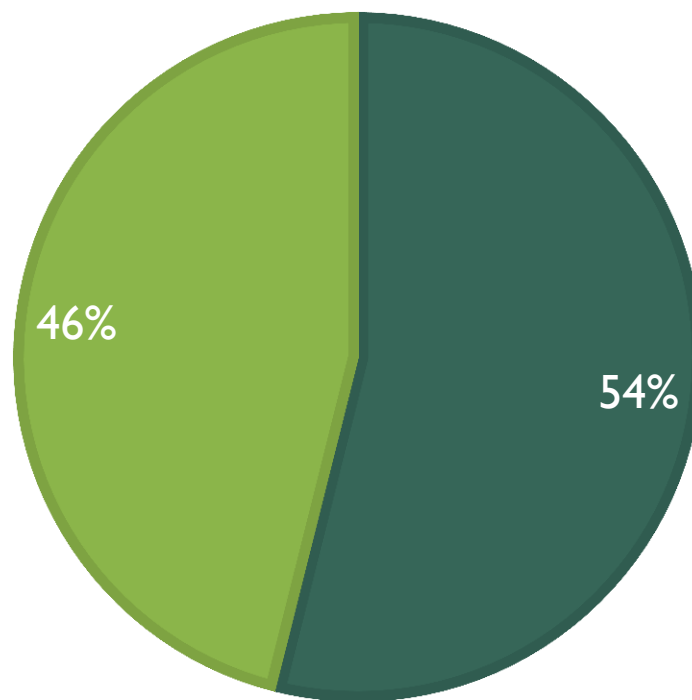


COMUNICAÇÃO

COMO COMUNICAM AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA?

TEM RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE?

■ Não ■ Sim



COMUNICAÇÃO

Instrumental

Gestão

Estratégico

O papel da Comunicação / RP

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO

A importância da Comunicação com os Colaboradores

- “Nós divulgamos apenas internamente. Não queremos que as pessoas vejam os investimentos em RSC como forma de promover/ gerir a marca”
- “Internamente divulgamos muito as ações de RSC. (...) Nosso objetivo é promover as iniciativas entre os funcionários. Externamente, não investimos muito, não faz sentido promovê-las .”

Em organizações com mais de 10 anos de investimento em RSC

- “Vamos começar a comunicar este ano. A nossa prioridade é melhorar a comunicação com nossos funcionários.”

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO

APENAS DIVULGAR?

“O departamento de comunicação é responsável por divulgar. (...) Em termos da gestão de projetos de RSC, a comunicação não está envolvida. Temos um departamento específico de RSE.”

“As iniciativas de RSC são um produto final entregue ao departamento de comunicação para divulgá-las. Não há papel estratégico na comunicação.”

"Nós apenas comunicamos iniciativas de RSC se for relevante para o beneficiário, nunca para nos promover."

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO

O NÍVEL INSTRUMENTAL E TÉCNICO DA COMUNICAÇÃO

“O papel da comunicação não é apenas divulgar, mas também implementar as iniciativas de RSC.”

Instrumental

Gestão

Estratégico

O papel da Comunicação / RP

COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA

Dep. Comunicação com um papel essencialmente discursivo, de divulgação das iniciativas

Cidadania Corporativa não é incorporada nas funções do Dep. Comunicação

COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA

Entre ações de filantropia e processos de gestão e certificação da qualidade, à comunicação parece-lhe restar um papel de porta-voz institucional das boas práticas organizacionais.