CASO

Submissão: 29/01/2024 | Aprovação: 26/11/2024
DOI: https://doi.org/10.12660/gvcasosv14n2c8

FOMOS ACUSADOS DE *GREENWASHING*, E AGORA... O QUE FAZER?

We've been accused of greenwashing... what should we do next?

Paulo César da Silva Neto[2] | cdsnpaulo@gmail.com
Karina Siqueira Pereira da Silva[2] | karinaksps@hotmail.com

[1]Universidade de São Paulo (USP).
[2]Centro Universitário IESB.

RESUMO

O caso narra a situação vivida por um personagem fictício que atua como gerente nacional de sustentabilidade na Coca-Cola. A companhia assumiu compromissos relacionados a sustentabilidade com o objetivo de reduzir seus impactos ambientais, entretanto foi eleita pelo quinto ano consecutivo como a empresa que mais polui com plástico no mundo e recebeu diversas críticas por, supostamente, praticar greenwashing. O dilema permeia a dualidade vivida pela Coca-Cola, que embora tenha assumido compromissos ambientais e reforçado seus valores sustentáveis, enfrenta críticas significativas devido aos recentes resultados de impacto negativo gerados ao meio ambiente.

Palavras-chave: Sustentabilidade; greenwashing; Coca-Cola; plástico PET; reciclagem.

ABSTRACT

The case narrates the situation experienced by a fictional character who serves as national sustainability manager at Coca-Cola. The company has undertaken commitments related to sustainability with the aim of reducing its environmental impact. However, it has been elected for the fifth consecutive year as the company that pollutes the most with plastic in the world and has received numerous criticisms for allegedly engaging greenwashing practices. The dilemma revolves around the duality faced by Coca-Cola, which, despite assuming environmental commitments and reinforcing its sustainable values, is confronted with significant criticisms due to the recent negative impact results on the environment.

Keywords: *Sustainability; Greenwashing; Coca-Cola; PET Plastic; Recycling.*

Era uma noite fria e chuvosa de quarta-feira na cidade de São Paulo. Hermes, um pernambucano de 38 anos, havia acabado de chegar em casa. Com as roupas molhadas, ainda pingando, sentou-se no sofá e leu atentamente as mensagens em seu celular. Era a primeira vez em toda sua trajetória profissional que se deparava com um problema que não sabia resolver e muito menos por onde começar. Sua caixa de e-mails? Lotada. O WhatsApp? Também.

A Coca-Cola, empresa que Hermes trabalha desde seus 18 anos, sofreu diversas críticas em nível global por supostas práticas de *greenwashing*. A indignação também chegou em território brasileiro, acompanhada de reclamações, investigações, notícias e boicotes.

— É... eu preciso dar uma resposta para todas essas movimentações. As ações da empresa em relação a esse assunto precisam começar amanhã. – pensou Hermes.

Foi quando colocou seu celular na mesa e decidiu tomar um banho para relaxar. Aquela seria uma longa e cansativa noite de trabalho.

O começo de tudo

Graduado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e apaixonado por sustentabilidade, Hermes iniciou sua carreira profissional como estagiário na Coca-Cola. Após um período de dois anos, foi efetivado e ocupou cargos administrativos em nível inicial. Atuou nos setores de logística e produção, mas sempre teve o desejo de trabalhar com sustentabilidade. Foi quando se matriculou em um MBA em ESG e iniciou sua transição de carreira. Após a conclusão do curso, foi remanejado para a equipe que tratava de questões ambientais, como regulação e minimização de impactos da organização.

Durante sua trajetória, acumulou diversas promoções de cargo. Inicialmente como gerente geral de sustentabilidade em nível estadual e posteriormente regional. Entretanto, a maior promoção ocorreu onze anos após sua transição de carreira: o convite para assumir o cargo de gerente geral de sustentabilidade em nível nacional.

Por esse motivo, se viu obrigado a deixar Recife, sua cidade natal, e se mudar com sua esposa e três filhos para a capital paulista. Uma mudança de cidade não era algo que estava nos planos da família, mas Hermes considerou o convite como a grande oportunidade de sua vida, algo que não poderia ser recusado. A adaptação da família na nova cidade não foi simples. Os primeiros meses foram desafiadores e São Paulo parecia intimidadora e caótica demais. A saudade dos familiares próximos e dos benefícios de se viver no litoral também foram fatores complicadores mas, aos poucos, Hermes e sua família se adaptaram à nova realidade.

As demandas de ocupar o cargo de gerente geral de sustentabilidade em nível nacional eram extremamente desafiadoras, entretanto, recompensadoras. O salário de Hermes havia aumentado consideravelmente e sua nova rotina de trabalho incluía diversas viagens internacionais e reuniões com os executivos da empresa, de nível nacional e global.

Apesar disso, Hermes sentia que carregava uma grande responsabilidade: ele havia se tornado o principal nome da empresa sobre questões ambientais no Brasil. Ele sabia que grande parte do desempenho ambiental da Coca-Cola no país passava pelas suas mãos e que era sua

obrigação garantir que as operações da organização sempre estivessem em conformidade com as leis locais e com os padrões globais da marca. E sabia, também, que a relação da empresa com o meio ambiente era muito complicada.

A Coca-Cola e o meio ambiente

A relação entre a Coca-Cola e o meio ambiente tem sido objeto de debate e polêmica, o que gera grande frustração em Hermes. O profissional, que dedicou sua vida ao estudo da sustentabilidade e da administração, sente que seus esforços são insuficientes na condução de uma companhia mais sustentável, especialmente pelas frequentes críticas destinadas ao seu modelo de negócio. Apesar disso, ele se mantém esperançoso nos frutos de seu trabalho e tenta sempre motivar sua equipe.

— A longevidade da Coca—Cola só é possível se conciliarmos a nossa forma de trabalhar com a geração de ganhos para a sociedade e o planeta. Nós precisamos contribuir para o crescimento da companhia de forma consciente e sustentável! – bradava Hermes.

Visando atingir tal objetivo, diversas ações foram definidas pela companhia. Em seu relatório de sustentabilidade, a Coca-Cola definiu como prioridade alcançar a destinação correta de 100% de suas embalagens colocadas no mercado brasileiro até o ano de 2030 e incorporar, pelo menos, 25% de material reciclável em suas garrafas PET até 2025. Além disso, a companhia possui outras ações relacionadas a sustentabilidade, como por exemplo, o lançamento de uma água mineral cuja embalagem é 100% produzida com material PET reciclado, o programa "Reciclar pelo Brasil" que apoia cooperativas e associações de catadores de materiais recicláveis e o investimento em iniciativas de reflorestamento e proteção de bacias hidrográficas.

Os avanços nas ações ambientais da companhia são motivo de grande alegria para Hermes, que faz questão de compartilhá-los com sua equipe.

— Recentemente, obtivemos diversos resultados positivos. Estamos produzindo mais bebidas e embalagens a partir de menos insumos. Vocês sabiam disso? Em 2017, eram necessários 1,49 litros de água para a produção de 1 litro de bebida. Agora, são necessários 1,43 litros de água. Além disso, 86% da energia utilizada pelas nossas unidades no país são provenientes de fontes limpas e atingimos a marca de 98,7% de reciclagem de nosso resíduo industrial. Outro resultado bacana: nós fomos responsável pelo plantio de mais de 100 mil mudas de árvore só esse ano, um aumento de 35 mil em comparação ao ano passado!

Entretanto, mesmo com a adoção de tais iniciativas, as críticas em relação à operação da companhia não pararam, fazendo com que esse tópico fosse frequentemente discutido nas reuniões internas dirigidas por Hermes.

— Pessoal, não basta apenas buscarmos a sustentabilidade e o gerenciamento responsável na nossa operação. Nós precisamos produzir provas e materiais suficientes para que nossos *stakeholders* percebam a nova realidade da companhia. – afirmou Hermes.

— Você tem razão, chefe. A companhia não pode seguir recebendo esses ataques frequentes. Não é para isso que estamos trabalhando – concordou um membro de sua equipe.

A situação, entretanto, não era fácil. A Coca-Cola produz grandes quantidades de garrafas plásticas descartáveis, que contribuem para a poluição do planeta. Por exemplo, uma das fábricas da companhia, localizada na cidade de Maringá no Paraná, é capaz de produzir até 38 mil garrafas plásticas por hora. Essas garrafas podem levar centenas de anos para se decomporem e representam uma parcela significativa de resíduos sólidos em lixões, aterros e oceanos. Além disso, a empresa utiliza grande quantidade de água devido à produção de bebidas. Houve, inclusive, preocupações em algumas regiões quanto a utilização indevida de fontes locais para a extração de água.

E, como agravante, a Coca-Cola foi eleita a empresa que mais polui com plástico no mundo pelo quinto ano consecutivo em um relatório da ONG *Break Free from Plastic Pollution – BFPP. O relatório declarava que, apesar da companhia alegar compromissos com a sustentabilidade, são produzidos anualmente mais de três milhões de toneladas métricas de plástico. A ONG afirma, ainda, que o caminho para a solução é um só: a reutilização. Apenas 1,3% de todas as embalagens da Coca-Cola no ano de 2021 eram reutilizáveis. O percentual representa uma queda no número de embalagens reutilizáveis colocadas em circulação em comparação ao ano de 2018, quando atingiram a marca de 4%.*

A divulgação do relatório da ONG gerou grande descontentamento em Hermes, que convocou uma reunião com sua equipe para tratar do assunto.

— Pessoal, aquele relatório que indicou a nossa empresa como a maior poluente com plástico no mundo pela quinta vez consecutiva foi um verdadeiro soco no estômago. Sei que todos nós estamos de mãos atadas, afinal, nós cuidamos apenas das ações da companhia no Brasil... mas não posso deixar de pensar em como melhorar. Em minha avaliação, estamos fazendo um ótimo trabalho mas esse tipo de coisa serve para mostrar que ainda temos muito caminho pela frente. – disse Hermes.

— Bom, chefe... eu cheguei a ler o relatório e uma das grandes críticas da ONG em relação a nossa empresa foi a comunicação organizacional. Para eles, nós levamos os consumidores e *stakeholders* a desinformação quando concentramos a atenção na gestão de resíduos e reciclagem e que estamos fugindo do nosso verdadeiro problema: o aumento no volume de plásticos produzidos. – acrescentou um dos membros da equipe.

— Quer ouvir algo engraçado? – perguntou Hermes. Em nosso relatório de sustentabilidade mais recente, indicamos uma redução na utilização de insumos para a produção de embalagens que foi acompanhada por um aumento na produção de 2,3%. Ou seja, foram produzidas mais embalagens a partir de uma quantidade menor de insumos. – continuou.

— Então eles não mentiram... – concluiu outro colaborador.

E agora, Hermes... o que fazer?

O nome da Coca-Cola ganhou ainda mais destaque quando a companhia anunciou que seria uma das patrocinadoras da 27ª Conferência do Clima da Organização das Nações Unidas, a COP-27, um dos maiores encontros do mundo sobre preservação ambiental e mudanças

climáticas. O evento foi realizado em Sharm El Sheikh, no Egito, e reuniu líderes dos países signatários da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima.

Para Hermes, a parceria entre a Coca-Cola e a COP evidenciava o apoio e suporte da companhia na busca por ações coletivas contra mudanças climáticas e demonstrava, mais uma vez, o caminho que já vinha sendo trilhado internamente. Entretanto, o anúncio não foi aprovado por ambientalistas e ativistas ambientais. Nas redes sociais, internautas e ONGs de proteção ambiental se manifestaram de forma contrária ao anúncio, como o *Greenpeace* que tratou o fato como "vergonhoso". Além disso, a companhia foi acusada de praticar *greenwashing*. Além de manifestarem-se em ambiente virtual, ativistas protestaram contra o patrocínio presencialmente durante o evento. No entanto, foram apontados diversos obstáculos impostos para dificultar suas ações, como complicações na retirada de credenciais e a restrição de horários e locais específicos para realização dos protestos.

Tal situação não foi a única que envolveu o nome da Coca-Cola a suposta prática de *greenwashing*. Poucos meses depois, o *Greenpeace* divulgou em seu site oficial um comunicado para a imprensa onde afirmava que a empresa, mais uma vez, cometia *greenwashing* ao tentar disfarçar seu status de maior poluidor. A crítica foi feita após o anúncio de que a companhia substituiria as embalagens de plástico PET verde utilizadas para envasar o refrigerante Sprite por plástico PET transparente. De acordo com a Coca-Cola, a substituição foi feita visando facilitar o processo de reciclagem. De acordo com ONG, o anúncio mascarava o verdadeiro problema: a produção excessiva de plástico.

As denúncias e críticas não pararam ali e o cenário se repetiu mais uma vez. A Coca-Cola, em conjunto com outras gigantes globais como Danone e Nestlé, foi acusada de mentir ao afirmar que suas garrafas plásticas de água seriam 100% recicladas. A empresa respondeu em nota que poderia fundamentar as informações contidas em seus rótulos.

Tais animosidades geraram um cenário de insegurança e incerteza na organização. As frequentes acusações e críticas levantavam preocupações aos *stakeholders* e as ações ambientais da Coca-Cola passaram a ser recebidas com desconfiança pelo público.

Por conta deste cenário, Hermes foi convocado para uma reunião com os demais executivos da Coca-Cola Brasil. O objetivo do encontro era levantar possíveis ações a serem tomadas pela companhia com o objetivo de aumentar a efetividade das ações de sustentabilidade, reduzir a recepção negativa do público e demonstrar o comprometimento ambiental da empresa.

— Nós estamos em uma posição complicada. Os nossos esforços são recebidos com desconfiança e críticas de *greenwashing*. Como nós faríamos, por exemplo, a substituição das garrafas de Sprite sem antes comunicarmos os nossos consumidores? Precisamos deixar claro para o público que o perfil da companhia mudou e que somos comprometidos com o meio ambiente. – disse o chefe de Hermes.

— Esse é o nosso desafio. O plástico PET faz parte do modelo de negócio da empresa. Nós temos refrigerantes com embalagens retornáveis no mercado, mas isso não atenderia nossa demanda. Muitos buscam e encontram culpados para as crises climáticas, mas poucos estão dispostos a mudar seus padrões de consumo. – afirmou Hermes.

— Certo, mas esse não é o foco agora. Temos um problema e precisamos de soluções. E agora, Hermes? De que forma a companhia deveria agir para contornar esse problema? Sei que nossas ações são limitadas ao Brasil, mas nós temos autonomia para agir. Podemos fazer a Coca-Cola Brasil se tornar um exemplo para a matriz global. Você não precisa me dar uma resposta agora, sei que você precisa refletir sobre o assunto e acredito na sua competência. Vá para a casa e descanse. Tivemos um dia longo. Amanhã continuaremos essa reunião. – finalizou o chefe de Hermes.