

GREENWASHING OU SUSTENTABILIDADE? O CASO DA COCA-COLA E A COP 27

PAULO CÉSAR DA SILVA NETO

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

KARINA SIQUEIRA PEREIRA DA SILVA

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO INSTITUTO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR DE BRASÍLIA - IESB (IESB)

GREENWASHING OU SUSTENTABILIDADE? O CASO DA COCA-COLA E A COP 27

O caso

O caso de ensino aborda a dicotomia que envolve a Coca-Cola e suas iniciativas de sustentabilidade e redução de impacto ambiental. Embora a organização tenha sido eleita, pelo quinto ano consecutivo em 2022, como a empresa que mais polui com plástico no mundo, ela apresenta uma seção exclusiva sobre sustentabilidade em seu site institucional e aborda o assunto como uma prioridade em suas comunicações. A Coca-Cola também patrocinou a COP-27. O patrocínio gerou grande incômodo em ambientalistas e ativistas ambientais, que acusaram a companhia de estar praticando greenwashing.

Objetivo de ensino

O caso de ensino apresenta os enredamentos envolvidos na estruturação de ações sustentáveis e suas respectivas comunicações e divulgações. O objetivo do caso é promover a discussão entre estudantes sobre as ações de sustentabilidade organizacional, o impacto das atividades de empresas e o greenwashing. Espera-se promover debates sobre a efetividade das ações sustentáveis realizadas por empresas que possuem grande impacto ambiental negativo em suas atividades e se, de fato, as ações de adequação a parâmetros ambientais refletem uma mudança no pensamento da organização.

Fontes e Métodos de coleta

O caso foi estruturado a partir de dados que foram retirados do site institucional da Coca-Cola, de seu relatório de sustentabilidade referente ao ano de 2020, matérias jornalísticas de veículos de comunicação, acompanhamento de redes sociais e do relatório Brand Audit Report da ONG Break Free from Plastic Pollution.

Disciplinas sugeridas para uso do caso

A partir do presente caso de ensino, é possível desenvolver nos estudantes conceitos relacionados a sustentabilidade organizacional, comunicação organizacional e reputação organizacional. O caso possibilita que os alunos analisem, de forma crítica, as ações de sustentabilidade da Coca-Cola, sua efetividade e compromisso ambiental. Dessa forma, são avaliados conceitos como o desenvolvimento sustentável, greenwashing, pegada ecológica, economia circular, responsabilidade socioambiental, comunicação externa, credibilidade e confiança.

Sugestões de bibliografia

Break Free from Plastic Pollution (2022). Brand Audit Report 2022: Five Years of Holding Corporate Plastic Polluters Accountable. Disponível em: <https://brandaudit.breakfreefromplastic.org/wp-content/uploads/2022/11/BRANDED-brand-audit-report-2022.pdf>. Coca-Cola Brasil (2020). Relatório de Sustentabilidade 2020. Disponível em: <https://www.cocacolabrasil.com.br/content/dam/journey/br/pt/pdf/relatorio-sustentabilidade-coca-cola-brasil-2020.pdf>. Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87.