

CARACTERÍSTICAS NARCISISTAS DOS CEOS E A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL EMPRESARIAL

EDIVALDO DO NASCIMENTO DUDA
POLO CAICÓ

UMBELINA CRAVO TEIXEIRA LAGIOIA

RODRIGO VICENTE DOS PRAZERES
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

AHIRAM BRUNNI CARTAXO DE CASTRO

GABRIELA MACEDO PEREIRA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE DO NORTE

Resumo

Existem múltiplos fatores que influenciam as ações de sustentabilidade empresarial, mas tendências individualistas e egocêntricas (a exemplo do narcisismo) podem ter um impacto negativo no comportamento pró-ambiental. A Teoria dos Escalões Superiores - TES propõe que os altos executivos tendem a incorporar seus valores pessoais e traços de personalidade nas decisões das empresas que trabalham e isso é particularmente verdadeiro para o CEO e, dentre essas características, o narcisismo é um fator potencialmente influente. O CEO atua como a pessoa chave na formulação e operação da estratégia e desempenha um papel importante nas decisões de sustentabilidade ambiental. Nesse sentido, levantou-se a seguinte questão de pesquisa: Como o narcisismo do CEO influencia na sustentabilidade ambiental empresarial? Para responder a esta questão, o objetivo desta pesquisa foi mapear a produção científica para identificar como o narcisismo dos CEOs influencia na sustentabilidade ambiental empresarial. O objetivo desta pesquisa foi abordado por meio de dados secundários tendo como modo de investigação uma revisão sistemática bibliométrica da literatura. Utilizou-se da base Web of Science para o levantamento dos trabalhos. Os dados métricos da pesquisa foram extraídos dos softwares HistCite e VOSviewer, e a análise dos trabalhos foi feita pela sistematização do objetivo da pesquisa, dos principais resultados encontrados, das características narcisistas dos CEOs e da análise da influência dessas na sustentabilidade ambiental. Os resultados métricos da pesquisa foram levantados a partir de 35 trabalhos, após a leitura dos resumos; o histograma da distribuição das publicações por ano mostrou que o ano de 2021 foi o mais produtivo; foram identificados os journals mais importantes para a temática da pesquisa, com destaque para o Sustainability; os autores mais importantes; os países de vínculo dos autores; a indicação de que palavras-chave frequentemente co-ocorrem; e as referências bibliográficas que os 35 trabalhos selecionados para o corpus compartilham, permitindo visualizar a estrutura do campo de pesquisa objeto do estudo. A análise do corpus da pesquisa permitiu levantar que: se consolidou na literatura a análise de aspectos subjetivos dos CEOs contidos em vídeos, discurso, foto ou assinaturas, em detrimento das variáveis sócio-demográficas (idade, funções, educação, renda, entre outros); que a TES se consolidou como a base teórica para a análise do narcisismo dos CEOs; e, que os continente e países mais proeminentes nos estudos são: Ásia (Coreia do Sul, Taiwan, Índia, China), cujo foco dos estudos está em investigar como a autoimagem e a busca por status influenciam a RSC, com uma tendência a priorizar ganhos de curto prazo e visibilidade externa; Europa (Alemanha, Reino Unido, Romênia, Espanha), que tem o foco dos

estudos na comunicação de valores éticos e virtuosidade, com variações na preocupação com questões ambientais dependendo do contexto; e, América do Norte (Estados Unidos), onde o foco está na busca por reconhecimento e comparação com empresas pares, com um impacto na sustentabilidade ambiental dependendo das motivações e percepções dos CEOs. Por meio desta pesquisa também foi possível identificar as características narcisistas dos CEOs que influenciam seu comportamento e decisões empresariais, com destaque para a autoestima inflada e a busca incessante por admiração. Esses líderes também demonstraram uma necessidade de atenção e reconhecimento. Outra característica é a falta de empatia e o comportamento arrogante. Além disso, esses CEOs tendem a priorizar seus próprios interesses, status e admiração. A proeminência em relatórios anuais e comunicados de imprensa é outra característica comum. Os CEOs narcisistas também são conhecidos por suas assinaturas, fotos e relatos pessoais maiores e necessidade de singularidade. A arrogância e a ideologia política também foram características apontadas na pesquisa. Esses líderes tendem a ser resistentes a feedback negativo, e buscam constantemente elogios e aprovação. Os CEOs narcisistas possuem diversas características que influenciam a sustentabilidade ambiental de suas empresas, uma das principais é que eles tendem a priorizar iniciativas de Responsabilidade Social Corporativa - RSC que aumentem sua visibilidade, mesmo que isso ocorra em detrimento de iniciativas mais estratégicas e sustentáveis em longo prazo. Além disso, os CEOs narcisistas tendem a adotar estratégias operacionais proeminentes para atrair atenção e elogios. Esse comportamento pode resultar em menor eficácia na promoção da sustentabilidade ambiental, uma vez que considerações ambientais mais profundas podem ser ignoradas em favor de atividades que aumentem a visibilidade do CEO. Isso pode resultar em uma menor ênfase na sustentabilidade ambiental se essa não for vista como imediatamente benéfica para a imagem ou os resultados financeiros da empresa. Por outro lado, em cenários de transição ou crescimento, setores altamente competitivos, crises ou mudanças de paradigma, as características narcisistas podem contribuir positivamente para a sustentabilidade corporativa, incluindo aspectos ambientais. Nesses contextos, os líderes narcisistas são vistos como capazes de impulsionar a inovação e a adaptabilidade. A pesquisa também permitiu conhecer que o ambiente de negócios e o contexto organizacional funcionam como moderadores da influência dos traços de personalidade nas preferências de sustentabilidade, pois em ambientes que enfatizam explicitamente a importância da sustentabilidade e possuem estruturas de governança e incentivos alinhados com objetivos de sustentabilidade, o impacto negativo do narcisismo nas decisões de sustentabilidade pode ser atenuado. Enquanto o narcisismo pode inicialmente predispor os gestores a menosprezar a importância da sustentabilidade ambiental, o contexto organizacional e as políticas explícitas de sustentabilidade podem desempenhar um papel crucial em mitigar esse impacto. Por fim, o narcisismo é um atributo do CEO que afeta a divulgação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). CEOs com maior nível de escolaridade, nacionalistas e com características narcisistas tendem a divulgar mais informações sobre os ODS em seus relatórios empresariais. Algumas combinações de atributos do CEO, como idade e narcisismo, ou estabilidade e narcisismo, têm um efeito significativo nos relatórios sobre os ODS. A pesquisa, como contribuição gerencial, mapeou a influência das características narcisistas na sustentabilidade ambiental, enfocando as características narcisistas e a influência delas na sustentabilidade. Além disso, foi proposto um framework com antecedentes, mediadores, moderadores e consequentes da relação entre o narcisismo do CEO e a sua relação com a adoção da sustentabilidade empresarial.

Palavras Chave

Narcisismo, CEO, Sustentabilidade ambiental empresarial