

SUBMISSÃO / RESUMO-EDITAIS (PROPEGI/PROEC/PROGRAD) -
TRABALHOS LOCAIS - GRADUAÇÃO

**DE “RULE THE WORLD” À SUSTENTABILIDADE: REFLEXÕES EM INGLÊS
INSTRUMENTAL PARA A ADMINISTRAÇÃO**

Emanuelle Cristhyne Azevedo Da Silva (emanuelle.azevedo@upe.br)

Ang,Lica Porto Calvacanti De Souza (angelica.porto@upe.br)

Ana CecjLia De Barros Gomes (ana.barros@upe.br)

Luanda Regina Reis Lima (luanda.lima@upe.br)

“Everybody Wants to Rule the World”, da banda Tears for Fears, é marcada por referências a controle e poder. No campo empresarial, essa ambição se traduz em organizações que priorizam lucros sem considerar o bem-estar socioambiental, gerando impactos graves para a sociedade e o meio ambiente (Dias e Marques, 2017). Surge, então, a necessidade de analisar o papel das empresas em promover práticas sustentáveis que conciliam objetivos econômicos, sociais e ambientais. Ao analisar trechos da canção, identificam-se passagens que dialogam com essa temática. O próprio título, “todos querem governar o mundo”, remete à ambição de empresas que buscam monopólio de mercado sem avaliar os impactos de tais escolhas. Já o verso “turn your back on Mother Nature” reforça a crítica de ignorar os limites do meio ambiente e dos

recursos finitos. Por sua vez, “nothing ever last forever” evidencia que nada é permanente, refletindo a urgência de repensar o uso desenfreado de recursos. Nesse sentido, destaca-se que a sustentabilidade se apoia em três pilares (social, ambiental e econômico), que são comprometidos quando a gestão ignora a responsabilidade socioambiental (Mateus et al., 2021). Termos da letra também reforçam essa relação. Rule (governar) expressa a busca por poder de mercado; vision (visão), associado na música a “a lack of vision”, indica ausência de objetivos responsáveis; e world (mundo) sugere o equilíbrio entre sociedade, mercado e natureza. Embora a letra revele os riscos da ambição desmedida, muitas empresas já buscam alinhar suas atividades a práticas sustentáveis, seja por certificações, programas de governança ou ações sociais (Meirelles et al., 2022). A canção e os conceitos administrativos convergem ao indicar que a busca por poder sem responsabilidade gera degradação. No mundo do trabalho, organizações que desejam se manter relevantes precisam assumir a sustentabilidade não só como marketing, mas como compromisso ético com a sociedade e o meio ambiente.

Palavras-chave: sustentabilidade; empresas; administração.