



SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA XXVIII SIC

paz no plural



Evento	Salão UFRGS 2016: SIC - XXVIII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2016
Local	Campus do Vale - UFRGS
Título	Comunicação Organizacional e Sustentabilidade: ethos discursivo nos sites institucionais
Autor	LETICIA GOMES LANCANOVA
Orientador	RUDIMAR BALDISSERA

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E SUSTENTABILIDADE: *ETHOS* DISCURSIVO NOS SITES INSTITUCIONAIS

Letícia Gomes Lançanova
Orientador: Prof. Dr. Rudimar Baldissera

Este estudo vinculou-se à pesquisa “Comunicação organizacional e sustentabilidade: *ethos* discursivo nos sites institucionais” (realizada junto ao PPGCOM/UFRGS – Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder – com apoio CNPq), que objetivou compreender que noção (noções) de sustentabilidade são materializadas nos *sites* das organizações premiadas pelo Guia Exame de Sustentabilidade (GES), e o lugar que a noção de sustentabilidade assume no discurso dessas organizações. Foram estudados os *sites* das seguintes organizações: Alcoa, Anglo, Braskem, Bunge, CPFL, Dow, EcoRodovias, EDP, Fibria, Fleury, Itaú, Kimberly Clark, Masisa, Mexichem (Amanco), Natura, Promon, Sabin, Unilever, Walmart e Whirlpool. A pesquisa partiu do pressuposto de que os *sites*, pelas suas características na comunicação organizacional (âmbito da “organização comunicada” – Baldissera, 2009), conformam materializações discursivas orientadas pela intenção de comunicar e fazer (re)conhecer (instituir, conforme Bourdieu (1996)) determinados sentidos de sustentabilidade. Diante disso, este trabalho de iniciação científica, além da revisão de literatura (sobre discurso, sustentabilidade e comunicação organizacional), compreendeu a coleta (entre 09/2015 a 02/2016) e análise dos dados sobre sustentabilidade, veiculados nos *sites* das referidas organizações, observando as seguintes etapas: 1) leitura flutuante dos *sites*; 2) seleção e organização dos documentos que comporiam o *corpus* de estudo; e 3) análise dos documentos – para isso foram acionados elementos da análise do discurso (orientação geral da pesquisa).

Como resultados da pesquisa, de modo geral, evidenciamos que essas organizações, discursivamente, trabalham com o termo sustentabilidade no nível estratégico e/ou alinhadas à estratégia de gestão: expressões como “Desenvolvimento Sustentável”, “Inovação Sustentável” e “Atuação Sustentável” (materializadas em quase todos os *sites*, geralmente onde são referidos os princípios institucionais), conformam-se como estratégia de oferecimento das organizações (*ethos* discursivo – Maingueneau, 2000), sem que a sustentabilidade assuma valor central para as organizações; trata-se de valor periférico e/ou estratégia de mercado. Além disso, apesar de o termo Sustentabilidade ser bastante destacado discursivamente, por vezes, isso não se reflete em suas práticas. Fica evidente o esforço das organizações para oferecerem imagens positivas de si (algumas evidenciam as “vantagens econômicas” de se trabalhar com Sustentabilidade) – visando construir imagem-conceito positiva, além da ampliação do capital financeiro, dentre outras coisas. Pode-se citar como exemplo uma das organizações analisadas, que explora minério na Amazônia (atividade considerada uma das mais agressivas, problemáticas e impactantes, tanto para o meio ambiente, quanto para as comunidades do entorno), que foi eleita empresa modelo de sustentabilidade em 2010, 2011 e 2012, e premiada pelo GES 2014: Em perspectiva sistêmica, configura-se como muito contraditório e revela a distância entre discursos e práticas.

Disso infere-se que não há alteração profunda na estrutura de produção-consumo, ou seja, apesar de apresentar algumas mudanças em direção a práticas com sustentabilidade, essas tentem a tratar-se mais de ajustes do que de alterações estruturais significativas, fundamentais para a mudança paradigmática. Também é evidente a intenção de atrelar a ideia de sustentabilidade ao negócio/razão de existir da organização, no entanto, o foco é o desempenho dos negócios e o crescimento econômico: o sucesso financeiro está em primeiro plano (lógica do atual sistema econômico de mercado); a sustentabilidade tende a apenas adjetivar a ideia de desenvolvimento – desenvolvimento sustentável.