

# Noção(ões) de Sustentabilidade em Relatórios GRI-G4

Autor: Francine Ramos Fernandes

Orientador: Dr. Rudimar Baldissera



## INTRODUÇÃO

Este estudo de Iniciação Científica (IC) vincula-se ao projeto de pesquisa “Comunicação Organizacional e Sustentabilidade: sentidos de sustentabilidade acionados nos relatórios GRI-G4”, em desenvolvimento no PPGCOM/UFRGS, no Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder/GCCOP. Essa investigação conta com apoio do CNPq, e tem como principais objetivos “compreender como o discurso organizacional se exerce no sentido de instituir a noção de sustentabilidade e que qualidades a comunicação organizacional necessita apresentar para contribuir para a construção dessa noção em sua perspectiva complexa de interdependência sistêmica”. Nessa direção, além de revisão bibliográfica, serão analisadas as estratégias discursivas empregadas por 10 empresas que elaboram o relatório de sustentabilidade Global Reporting Initiative/GRI-G4 – 2016.

## OBJETIVOS

Os objetivos desta pesquisa de IC são: verificar como a noção de sustentabilidade é materializada nas diretrizes e princípios orientadores do GRI-G4; analisar como a noção de sustentabilidade se materializa nos relatórios de organizações que elaboram o relatório.

## METODOLOGIA

Além da revisão de literatura realizada (sobre discurso, sustentabilidade e comunicação organizacional), selecionamos relatórios de organizações para serem analisados a partir dos seguintes critérios: a) ter publicado relatório GRI G4 – 2016; b) ter sido premiada como “empresa do ano” pelo Guia Exame de Sustentabilidade (GES) em alguma de suas edições; e c) devido ao fato de o número de empresas premiadas ser inferior a 10 (amostra predefinida para o estudo), estar entre as empresas mais citadas pelo GES (contabilizando todas as suas edições); e d) pertencerem a diferentes setores de atuação (conforme classificação do GES). Com base nessa análise, os relatórios GRI G4 a serem analisados pertencem às organizações: Algar Telecom, Anglo American, Braskem, Bunge, CPFL, EcoRodovia, Embraco, Fibria, Itaú, Natura e Tetra Park. Até o momento foram analisados os seguintes relatórios: Algar, CPFL, EcoRodovias, Embraco, Fibria, Itaú e Natura.

## RESULTADOS OBTIDOS

A revisão de literatura permite pensar que a comunicação organizacional é um dinamizador fundamental para que a noção de sustentabilidade seja melhor compreendida pelos públicos que conformam as organizações e, também, para que a sociedade como um todo a entenda como uma concepção que pressupõe a interdependência sistêmica.

A partir dos relatórios analisados já é possível perceber algumas tendências, dentre elas, destacamos duas: a) a articulação da ideia de sustentabilidade à de economia – como algo lucrativo, que traz resultados financeiros, e é estratégico a médio e a longo prazos; e b) associar a organização à noção de sustentabilidade agrega valor à marca e gera imagem-conceito positiva, portanto, tem potência para gerar capital simbólico e legitimidade organizacional. Nesse sentido, podemos dizer que os documentos analisados revelam os interesses das organizações em posicionarem-se como sustentáveis, isto é, o que tende a orientar as ações organizacionais em termos de sustentabilidade são as vantagens que podem obter em termos econômicos e de imagem-conceito.

## CONSIDERAÇÕES

Este estudo, que compõe um conjunto de investigações sobre comunicação organizacional e sustentabilidade realizado no Grupo de Pesquisa em Comunicação Organizacional, Cultura e Relações de Poder – GCCOP/CNPq, tende a reforçar a compreensão de que as organizações, ao empregarem a ideia de sustentabilidade, não objetivam transformar as estruturas de produção e consumo, e tampouco têm como principal intenção reduzir os impactos ambientais e sociais, pois que estão fortemente atreladas ao eixo econômico. Desse modo, mais do que um valor central orientador das concepções e práticas da organização, a noção de sustentabilidade tende a se reduzir a um uso discursivo para adjetivar o conceito de desenvolvimento: desenvolvimento sustentável.

## REFERÊNCIAS

- BALDISSERA, R. A comunicação (re) tecendo a cultura da sustentabilidade em sociedades complexas. IN: KUNSCH, Margarida M. K.; OLIVEIRA, Ivone de L. (org). A comunicação na gestão da sustentabilidade das organizações. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2009.
- BALDISSERA, R.; KAUFMANN, C. Desafios da comunicação para a sustentabilidade em tempos de mudança climática: o lugar na cultura, o discurso organizacional e as ofertas de sentidos. In Revista Razón y Palabra, v. 91, p. 01-27. México, 2015.
- BOURDIEU, P. A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer. 2. Ed. São Paulo: EDUSP, 1996.
- CAPRA, F. As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável. 2. ed. São Paulo, Brasil: Cultrix, 2002.
- ELKINGTON, J. Canibais com garfo e faca. São Paulo, Brasil: Makron Books, 2000.
- GES – Guia Exame de Sustentabilidade. São Paulo, Brasil: Editora Abril.
- VEIGA, J. E. (Org.). Economia Socioambiental. São Paulo, Brasil: Senac São Paulo, 2013.