

Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho

Universidade do Vale do Itajaí

Universidade Federal do Acre

(UNIVALI e UFAC, Brasil)

alalcoelho@gmail.com

Christiane Kleinübing Godoi

Universidade do Vale do Itajaí

(UNIVALI, Brasil)

chriskg@univali.br

Christiano Coelho

Universidade Federal de Santa Catarina

Universidade Federal do Acre

(UFSC e UFAC, Brasil)

floripacoelho@gmail.com

Araceli Serrano Pascual

Universidad Complutense de Madrid

(UCM, Espanha)

araceli@cps.ucm.es

ANÁLISE DO DISCURSO DA SUSTENTABILIDADE EM UMA EMPRESA DO SETOR DE ENERGIA ELÉTRICA

SUSTAINABILITY DISCOURSE ANALYSIS IN A COMPANY OF THE ELECTRIC ENERGY SECTOR

RESUMO

O objetivo desta pesquisa consiste em analisar a construção do discurso da sustentabilidade em uma multinacional do setor de energia elétrica a partir das falas de pessoas diretamente relacionadas à elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade. A Análise Sociológica do Discurso (ASD), abordagem metodológica utilizada neste estudo, é vinculada à Tradição Espanhola de Pesquisa Social Qualitativa. Enquanto método, permitiu revelar o discurso da sustentabilidade na empresa, considerando a questão social e os espaços comunicativos concretos que formaram e elaboraram os discursos dos atores como práticas significantes. A análise dos estilos discursivos, posições discursivas, configurações narrativas e espaços semânticos foi realizada em busca da construção do discurso da sustentabilidade. A empresa apresenta-se por meio de um discurso alinhado a objetivos econômicos, levando em conta também outras dimensões da sustentabilidade – ambiental e social –, manifestando sua responsabilidade ambiental e social.

Palavras-Chave: Análise sociológica do discurso; Pesquisa qualitativa; Discurso da sustentabilidade; Setor de energia elétrica.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the construction of the discourse of sustainability in a multinational electricity sector from the speech of people directly related to the preparation of Sustainability Reports. Sociological Discourse Analysis (SDA), the methodological approach used and systematized in this study, is linked to the Spanish Tradition of Qualitative Social Research. As a method, revealed the discourse of sustainability in the company considering the social aspect and concrete communicative spaces that formed and elaborated the discourse of the actors as signifying practices. The analysis of discursive styles, discursive positions, settings and narrative spaces semantic search were performed in the construction of the discourse of sustainability. The company presents itself through a discourse aligned with economic goals, considering also other dimensions of sustainability - environmental, social and manifesting its environmental and social responsibility.

Keywords: Sociological discourse analysis; Qualitative research; Discourse of sustainability; Electricity sector.

Universidade Federal do Espírito Santo

Endereço

Av. Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras
29.075-910, Vitória-ES
gestaoeconexoes@gmail.com
gestaoeconexoes@ccje.ufes.br
http://www.periodicos.ufes.br/ppgadm

Coordenação

Programa de Pós-Graduação em Administração
(PPGADM/CCJE/UFES)

Artigo

Recebido em: 30/10/2012
Aceito em: 16/12/2012
Publicado em: 15/04/2012

1. INTRODUÇÃO

Para compreender discurso como um objeto do qual se ocupa uma disciplina específica, neste caso a Análise do Discurso (AD), é preciso romper com as acepções advindas do senso comum (ALONSO, 2002) e procurar compreender a expressão com respaldos em acepções teóricas relacionadas a métodos de análise, explica Fernandes (2008). Para Phillips e Hardy (2005, p. 2002), enquanto umas metodologias qualitativas procuram entender ou interpretar a realidade social como ela existe, outras, como é o caso da Análise do Discurso (AD), buscam desvendar a maneira em que ela é produzida, isto é, procuram revelar condições de produção do discurso a partir de universos simbólicos e com o conhecimento apreendido.

Há, pois, uma pluralidade e diversidade de métodos e de teóricos das diversas formas de conceber a AD, encontradas numa extensa e crescente bibliografia referente a este tipo de análise (CONDE, 2009). Com origens e aplicação em diversas disciplinas do conhecimento, a AD tornou-se um campo extenso de investigação, um instrumento teórico e metodológico interdisciplinar, que permite a compreensão dos discursos de diferentes atores.

Neste estudo trabalhamos com a perspectiva de Análise Sociológica do Discurso (ASD), vinculada à Tradição Espanhola de Pesquisa Social Qualitativa, principalmente no que tange às concepções de discurso, contexto e coerência (IBÁÑEZ, 1979, 1985; ORTÍ, 1993; MARTÍN CRIADO, 1991; DE LUCAS; ORTÍ, 1995; VALLES, 1997; ALONSO, 1998, 2002, 2012; ALONSO; CALLEJO, 1999; CONDE, 2009; RUIZ RUIZ, 2009, GODOI, 2005, 2006, 2009; GORDO, SERRANO, 2008). O objetivo deste artigo é analisar a construção do discurso da sustentabilidade numa multinacional do setor elétrico.

Em se tratando de empreendimentos do setor de energia elétrica, de acordo com a resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) n. 237/97, verificamos que as empresas geradoras – fontes hídricas, térmicas, geotérmicas, nucleares, eólicas, de marés, de rios ou fotovoltaicas, por exemplo – inevitavelmente provocam impactos ambientais, sociais e econômicos para desempenhar sua atividade, ou seja, gerar a energia. Um dos embates associado a esse tipo de negócio é a defesa de posicionamento que legitima ou não a atividade operacional. De um lado, parte da sociedade encontra-se passiva, pois, apesar de tal agressão ambiental e social, a atividade em si proporciona diversos benefícios. De outro, questionamos para quem tais benefícios são gerados efetivamente. A contribuição desta pesquisa para a empresa estudada encontra-se na

utilização dos resultados para um processo de reflexão e autoavaliação, longe de caracterizar um desmonte ou construção de uma imagem.

Sobre essa abordagem sociológica de investigação, Godoi (2006, 2009) analisa que, pelo fato de não focalizar funções imanentes ao texto e atuar num deslocamento do objeto focalizado pela AD, procuram-se regras de coerência que estruturam o universo dos discursos junto às organizações. Essa análise, também chamada de sócio-hermenêutica (ALONSO, 1998), visa encontrar um modelo de representação e compreensão do texto concreto no seu contexto social e da historicidade da sua abordagem, desde a reconstrução dos interesses dos atores envolvidos no discurso.

No campo dos estudos organizacionais, o intercâmbio com as discussões do campo da sociologia pode permitir desmistificar a análise do discurso ao encontrar uma metodologia preocupada não com estilo internalista textual, ou com sua estrutura subjacente, mas sim com a atuação deste “[...] complexo fenômeno cognitivo e social que chamamos de discurso” (ALONSO, 1998, p. 332). Ao analisar o discurso produzido por meio do contato real, simbólico ou imaginário dos sujeitos, a partir da percepção de suas falas sob a perspectiva da ASD, procuramos identificar aspectos subjacentes à organização em estudo.

Os atores sociais – setores empresariais, instituições governamentais, ONGs e movimentos sociais, entre outros – buscaram assimilar o discurso da sustentabilidade, objeto de investigação desse artigo, e o perfizeram politicamente. Para Scotto, Carvalho e Guimarães (2007), isso se ratifica na medida em que os atores tentam impor sua interpretação sobre o tema, por meio da disputa em torno do significado de desenvolvimento sustentável, visando a legitimação de suas ações como sustentáveis e, portanto, consideradas boas e corretas. Neste estudo, optamos pelo uso do termo sustentabilidade por sua amplitude, englobando nesse conceito debates acerca do desenvolvimento sustentável. Para Redclift (2002), alguns discursos da sustentabilidade tornam-se crescentemente vagos quando da conexão entre o ambiente, a justiça social e o governo, e gradualmente obscurecidas as relações entre o poder, a consciência e o meio ambiente.

Os discursos institucionais são utilizados como instrumento de comunicação e servem como propagadores da cultura, filosofia, razão de ser, entre tantos outros propósitos, elucida Almeida (2006), no contexto organizacional. A organização, entendida como sujeito discursivo, representa-se por intermédio dos conteúdos e processos discursivos utilizados, sendo estes, ao mesmo tempo, sujeito produtor do discurso e efeito da sua própria interpretação. Nogueira e Fidalgo (1995) comentam que os discursos

não apenas representam as relações e entidades sociais, mas também constroem e são constituídos em diferentes discursos. Especificamente, entendemos que o discurso da sustentabilidade – por vezes explicitado como discurso verde, ambientalista ou ecológico e propagado nas falas, documentos, *folders*, jornais, avisos e comunicações – constitui uma das principais estratégias discursivas institucionais.

2. A SUSTENTABILIDADE E O DISCURSO INSTITUCIONAL

Os trabalhos de Sachs (1992; 1993) partem da preocupação da sustentabilidade no ato de planejar o desenvolvimento. O autor considerou cinco dimensões da sustentabilidade, ou, como ele próprio denominou na época, dimensões do ecodesenvolvimento:

- sustentabilidade social – considera o desenvolvimento em sua multidimensionalidade, abrangendo todo o espectro de necessidades materiais e não-materiais;
- sustentabilidade econômica – permite a alocação e gestão mais eficientes dos recursos e por um fluxo regular do investimento público e privado; avalia a eficiência econômica, sobretudo de maneira macrossocial;
- sustentabilidade ecológica – intensifica o uso de recursos potenciais dos vários ecossistemas, compatível com sua mínima danificação, e de recursos ou produtos renováveis e/ou abundantes e ambientalmente inofensivos, da pesquisa de tecnologias limpas;
- sustentabilidade espacial – configura a relação de equilíbrio entre campo e cidade, perfazendo uma melhor distribuição territorial de assentamentos humanos e atividades econômicas;
- sustentabilidade cultural – traduz o conceito normativo do ecodesenvolvimento em uma pluralidade de soluções particulares, que respeitem as especificidades de cada ecossistema, cultura e local.

Na visão de Sachs (1992; 1993; 2002), a sustentabilidade, enquanto conceito dinâmico que envolve um processo de mudança, contempla tais dimensões que podem ser refletidas individual ou coletivamente e que têm contribuído para construção de definições dinâmicas de sustentabilidade, capazes de abranger processos de mudança. Entretanto, Sachs (2002, p. 71) acredita que “muitas vezes o termo [sustentabilidade] é utilizado para expressar a sustentabilidade ambiental”. O autor reforça que o conceito de sustentabilidade, apesar da falta de consenso sobre suas dimensões (PAULISTA;

VARVAKIS, MONTIBELLER-FILHO, 2008) e de ter uma noção ainda vaga (VEIGA, 2006), possui outras dimensões, ampliando-as em: social, cultural, ecológica, ambiental, territorial, econômico, política nacional e política internacional.

A conceituação de sustentabilidade, mesmo que tardiamente (GOMÉZ, 1998) esse termo possa ser identificado em diversas falas e contextos históricos remotos, é fruto de discussão nos últimos anos e que continua em voga nos dias atuais (JIMÉNEZ-DOMÍNGUEZ, 2001; CALIXTO, 2011). Contudo, alerta Pezzey (1989), utilizar um conceito de sustentabilidade sem fornecer uma definição detalhada pode levar a um mal entendido e confusões. Em seu estudo, Pezzey inventariou mais de 60 abordagens diferentes e considerou que essa indefinição ajudou a promover o debate a respeito da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável. Recentemente, Bermejo (2001) constatou a existência de mais de 200 definições.

Dovers (1995) define sustentabilidade como um termo de longo prazo e de difícil alcance, enquanto desenvolvimento sustentável compreende um processo variável de mudança, tendo como objetivo a sustentabilidade. De acordo com Holling (2000), a sustentabilidade:

[...] é a capacidade de criar, testar e manter a capacidade adaptativa. Desenvolvimento é o processo de criar, testar e manter a oportunidade. A frase que combina ambos, desenvolvimento sustentável, refere-se, portanto, à meta de forjar capacidades adaptativas e criar oportunidades.

Lima (2003, p. 102) discute que o discurso da sustentabilidade:

[...] surgiu como um substituto ao discurso do desenvolvimento econômico, produzido e difundido pelos países centrais do capitalismo – sobretudo os Estados Unidos – para o resto do mundo no contexto da Guerra Fria. A partir dos anos 70 do século passado, o discurso desenvolvimentista revelou seus limites através de uma crise, que embora tivesse maior visibilidade econômica, era também social, ambiental e ético-cultural.

O discurso da sustentabilidade constitui uma intervenção político-narrativa (ARAÚJO; BIZZO, 2005) ou fenômeno político-narrativo e diplomático (CARNEIRO, 2011), cujo escopo visa minimizar ou buscar soluções aos problemas inerentes às contradições e limitações do modelo de desenvolvimento atualmente posto na sociedade. Uma das funções principais deste discurso “é apontar alternativas para a reprodução do sistema capitalista no que concernem as relações deste com os efeitos da degradação ambiental” (CARNEIRO, 2011, p. 8).

O conceito de sustentabilidade está introduzido no contexto da transição paradigmática (SILVA, 2005, p. 17), podendo potencializar a crítica ao conhecimento moderno e aos valores prevalentes nas sociedades “que vivem égide da modernidade

ocidental”, bem como colaborar para que tal conhecimento e sociedade “sobrevivam sem que ocorram substantivas transformações”. De acordo com Bocayuva (2009, p. 124), na relação direta com as orientações críticas necessárias para superação dos modelos economicistas, concentradores e produtivistas, está colocada a questão da democracia e da política, “que marcam a insustentabilidade dos esquemas de reprodução cíclica do poder geopolítico e da acumulação de capital na escala global”. Esses dois autores reforçam que a discussão da transição paradigmática impõe questões relacionadas aos dispositivos de administração e à gestão mercantil-flexível.

As empresas, em busca de um desenvolvimento social planejado, procuram apoiar a existência e a interação de ambientes harmoniosos ao longo dos anos, gerando, deste modo, o conceito de sustentabilidade (DEEGAN; RANKIN; TOBIN, 2002; DEEGAN; BLOMQUIST, 2006). Kavinski (2009, p. 83) comenta que:

Enquanto o verdadeiro sentido da existência continua aprisionado pelo mercado, proliferam as campanhas por consumo consciente, uso responsável dos recursos e descarte correto dos resíduos. Correntemente é possível observar que em prol da sensibilização para a Sustentabilidade diversas organizações investem milhões em campanhas publicitárias, emitem relatórios e produzem materiais de divulgação que demonstram a incoerência entre seus discursos e a suas práticas.

Contudo, a discussão ambiental necessita superar desafios não somente conceituais, mas que também envolvam itens como: criação de legislação e de instituições de controle e gestão ambiental; universalização e desenvolvimento de tecnologias ambientais reparadoras e alternativas; e o “desafio relativo à formação de métodos de análise, conceitos e procedimentos teóricos capazes de abordar em sua totalidade e complexidade a questão ambiental” (PAULA; MONTE-MÓR, 2000, p. 76).

Em sua pesquisa, Kavinski (2009, p. 105) constatou que as organizações em seu discurso “[...] defendem a preocupação primeira com os lucros e o gerar valor aos acionistas são uma constante no mundo dos negócios”, apesar de afirmarem que a responsabilidade socioambiental está inserida na estratégia e incorporada nas práticas organizacionais.

Jappur et al. (2008) comentam que, para caminharem em direção à sustentabilidade, as organizações devem fazer uso de alguns princípios e métodos, que as auxiliem na concretização deste objetivo. Neste sentido, os autores sugerem ações, tais como: promover responsabilidade social corporativa (RSC); governança corporativa (GC); ecoeficiência; sistemas de gestão certificáveis (SGC); produção mais limpa; estabelecer análise do ciclo de vida (ACV); emissão zero (ZERI); sistemas de gestão certificáveis

(SGC); produção mais limpa; e elaborar os relatórios de sustentabilidade corporativa – como por exemplo o *Global Reporting Initiative* (GRI).

A comunicação eficiente é um pré-requisito que necessita ser observado para as questões econômicas, sociais e principalmente ambientais, na busca de contribuir para manter ou aumentar a participação de mercado. A oportunidade para as empresas obterem vantagem competitiva depende cada vez mais da capacidade de comunicar suas atitudes, posturas e desempenho para aos seus interessados.

A responsabilidade pela comunicação ambiental é muitas vezes atribuída à pessoa responsável por questões ambientais, chamada de analista ambiental, que tem conhecimento técnico e ambiental, mas muitas vezes precisa de habilidades de comunicação e, principalmente, das ferramentas para realizar a tarefa de comunicação. Os requisitos para as habilidades de comunicação sobre as questões ambientais têm crescido, especialmente porque o mercado e o interesse do público nas questões ambientais sobre produção e impactos do produto aumentam a cada dia (NIELSEN, 2001).

O discurso, as ações e os significados são configurações mediante as quais a ideologia se apresenta de modo natural e legítimo às organizações, bem como a maneira em que os grupos subordinados participam em sua própria dominação (DEETZ; KERSTEN, 1983; MUMBY, 1988).

Assim, a maneira como uma organização é percebida pela opinião pública depende de suas estratégias discursivas, que determinam os efeitos de sentido, sentido este definido não como algo em si, mas ter “relação com” (CANGUILHEM, 2006). O homem tem a capacidade de brincar com o sentido, desviá-lo, simulá-lo, mentir, ou mesmo criar armadilhas, complementa Canguilhem (2006).

No uso de estratégias discursivas, as empresas estão sujeitas às influências de contextos e repertórios (LOOSE; PERUZZOLO, 2008), além das possibilidades de fuga e desvio oportunizadas no percurso que existe entre enunciador e enunciatário. Para Duarte (2004), a estratégia discursiva envolve um projeto concreto que corresponde a determinados critérios de seleção e relevância, referentes a decisões tomadas no processo produtivo, responsáveis ainda em optar por mecanismos de expressão apropriados à manifestação de conteúdos desejados.

Segundo Eco (1986, p. 39), o texto é “[...] um produto cujo destino interpretativo deve fazer parte do próprio mecanismo gerativo. Gerar um texto significa executar uma estratégia de que fazem parte as previsões dos movimentos dos outros”.

Complementarmente, para Charaudeau (2007), comunicar e informar são escolhas. Neste caso, trata-se de escolher, com efeitos de sentido, estratégias discursivas que busquem influenciar o outro.

Para Hardy, Palmer e Philips (2000), a estratégia é constituída em forma de discurso que legitima e produz atividade, na qual a realidade social é criada por entre a produção de discursos por meio da mobilização de conceitos, objetos e posições, que estão dispostos em circuitos estratégicos relativos à enunciação, ao desempenho e à conectividade.

É possível observar a diversidade numa organização a qual pode ser estudada, evidenciada e compreendida por meio dos discursos que a permeiam (GRANT; KEENOY; OSWICK, 1998), em busca de uma integração entre estudos organizacionais e abordagens discursivas (MUMBY; CLAIR, 1997).

Para Clegg (1996, p. 65), “[...] a organização enquanto esfera política de linguagens é um campo permanente de estudos”. Barry e Elmes (1997), ao estudarem as organizações como narrativas, identificaram a presença de diversos personagens (atores), além das variadas e interligadas visões de mundo.

Carrieri e Sarsur (2004, p. 134) destacam que “[...] os discursos desempenham papel ativo na passagem do subjetivo (significações dadas pelos atores organizacionais aos processos e práticas gerenciais e à identidade da organização) para o objetivo (linguagem escrita e falada)”, tornando-os uma fonte preciosa de conhecimentos sobre o contexto organizacional.

O discurso organizacional torna-se, portanto, um dos mecanismos pelo qual a organização cria uma realidade social (FARIA; MENEGHETTI, 2001) fundamentada na percepção ou na projeção de sua identidade, permitindo assimilar com clareza a organização como um fenômeno de linguagem (BOJE; OSWICK; FORD, 2004). Chanlat e Bédard (1996) destacam que este fenômeno de linguagem é uma forma de ação que não se apresenta neutra, sendo atravessada por pressupostos ideológicos e relações de poder que necessitam da legitimidade na sociedade. Morais e Paes de Paula (2010, p. 637) alertam que:

O discurso organizacional, muito além da manutenção da coesão interna, forma indivíduos silentes, irrestritamente adeptos da empresa. Como resultado, cala-se a possibilidade de questionamentos e divergências. O trabalhador está adequado ao que preconiza a organização.

Consensualmente, afirma Vilaça (2008), o discurso organizacional tem sido considerado uma maneira de moldar, por meio de informações difundidas, a percepção das pessoas a respeito da organização. Para Grant, Keenoy e Oswick (2001), discurso

organizacional refere-se às linguagens e aos meios simbólicos pelos quais as dinâmicas consideradas como vida organizacional são descritas, representadas e interpretadas.

As formas discursivas nas organizações são variadas e podem ser permitidas ou apenas suportadas no ambiente organizacional. No estudo de Faria e Meneghetti (2001) são sugeridas quatro formas, com base nas lógicas dos discursos e das ideologias envolvidas:

- *discurso social comum* - apresenta-se como o repertório cotidiano. O universo simbólico é compartilhado pela coletividade e a utilização destes obedece aos lugares-comuns. Nas organizações trata-se do uso das expressões simbólicas aplicáveis a todos, havendo o compartilhamento no processo de construção do discurso praticado pela maioria. As expressões utilizadas e os padrões coloquiais das palavras obedecem a um padrão que identificam seus usuários a uma organização em comum;
- *discurso ideológico* - é a convocação e o impulso dos agentes coletivos no agir em defesa de seus interesses objetivos. O discurso ideológico está presente nas organizações em diversas camadas hierárquicas e nos vários grupos que compõem uma organização. Neste nível de discurso não há o uso livre da palavra, sendo que organizações procuram, por meio das regras formais e informais, do controle dos grupos, da persuasão ou de outros mecanismos, controlar o discurso dos indivíduos ou dos grupos que apresentem formas ideológicas divergentes com a desejada pelo grupo dominante;
- *discurso democrático reflexivo* - corresponde ao saber racional. Apesar de o discurso democrático ser defendido como práxis organizacional, se os indivíduos questionarem todas as práticas políticas, econômicas e sociais estabelecidas na organização, encontrarão muitas questões que deveriam ser modificadas de imediato, pondo em risco o atual sistema que move a organização. O discurso democrático reflexivo, por possibilitar a produção sistematizada da crítica, é percebido como uma ameaça nas organizações porque quebra a lógica dominante e embute o gérmen do enfrentamento nas relações de poder;
- *discurso teológico* - é a prática do saber mítico, metafísico, crente ou mágico. Trata-se do uso da causalidade fugindo da racionalidade instrumental, organizando os "credos religiosos" e os dogmas na organização. Este discurso é inevitável, já que, não havendo somente uma racionalidade instrumental, o indivíduo sente necessidade de estabelecer relações com um mundo de mitos e idolatria, por meio de

discursos que atribuem a certos membros da organização capacidades mágicas e poderes acima de uma pessoa comum.

Dependem da dinâmica das relações de poder a formulação e a aceitação de tais discursos – social comum, ideológico, reflexivo ou teológico - sejam estes total ou parcialmente suportados. Segundo Alcadipani (2008, p. 112), “[...] ir além das noções estabelecidas é sempre oportuno para tentar compreender um pouco mais as organizações, o poder em ação em contexto organizacional e como os espaços de resistência existem e podem existir”.

Para Faria e Meneghetti (2001), a leitura apropriada dos discursos torna-se um instrumento valioso na análise organizacional, seja este falado ou escrito (dito), seja subtendido, imaginário, ou simbólico (não-dito). Como bem assinalam Álvarez e Caballero (1997), o discurso institucional expressa valores, ideologia e a missão da empresa, sendo que a comunicação desta se dirige para um coletivo e aponta para uma relação cultural mobilizadora. A inquietação, revela Faerman (1979), não é o que está relatado, mas sim o que vem por restante, o escamoteado e o indizível, o não-dito que pode funcionar não para silenciar, porém expor o olhar do leitor à realidade.

3. DELINEAMENTO DA PESQUISA

Esboçamos nesta seção o contexto da organização estudada, a fonte discursiva da pesquisa e os procedimentos para análise e interpretação do discurso.

3.1. Contexto da organização estudada: a escolha do caso

Segundo Merriam (1988), o estudo de caso qualitativo tem o propósito de descrever e analisar, de maneira holística e intensiva, uma simples entidade, fenômeno ou unidade social. Para essa autora, o estudo de caso centra-se em uma situação ou evento particular, apresenta procedimentos descritivos que estão presentes tanto na forma de obtenção dos dados quanto no relatório de disseminação dos resultados, bem como auxilia o pesquisador na compreensão e descoberta de novos significados. Nessa perspectiva, o estudo de caso a ser utilizado é do tipo interpretativo (MERRIAM, 1988), possibilitando interpretação ou teorização sobre o fenômeno estudado.

A estratégia de pesquisa utilizada neste estudo é apropriada, pois procura apreender a totalidade de uma situação, identificando e analisando a multiplicidade de dimensões que os casos buscam envolver. Isto é, intenta-se “[...] a compreensão de um

particular caso, em sua idiossincrasia, em sua complexidade” (STAKE, 1988, p. 256), ampliando a compreensão em contextos diferentes.

Busca-se num estudo de caso tanto o que é comum quanto o que é particular, tendo como resultado final uma abordagem de algo original em decorrência da natureza do caso, do histórico do caso, do contexto inserido, de outros casos reconhecidos e dos informantes pelos quais se pode conhecer (STAKE, 2000).

A justificativa de estudar o setor de energia elétrica teve seu aporte no instante em que se verifica a questão energética como pauta na ordem do dia, compelindo organizações a se pronunciarem e agirem no sentido da proteção ambiental, estabelecendo centros de estudos e de sistematização de dados na busca de possíveis soluções. Fortemente regulamentado, este é um setor estratégico no que tange ao desenvolvimento econômico brasileiro, mas provoca alterações no meio ambiente de maneira significativa, consideradas de médio impacto, segundo a Lei nº. 10.165, de 2000.

Schaeffer (2008) comenta que o histórico de empresas do setor elétrico no Brasil registra alguns danos, que foram subestimados e até mesmo desconsiderados em décadas anteriores, como é o caso de custos ambientais¹ e do reassentamento de populações atingidas. Não há dúvidas de que o discurso apontava a existência de uma discussão prévia sobre alternativas e/ou soluções tecnológicas, que *a priori* englobavam questões sociais e viabilidades ambientais. Todavia, não temos conhecimento gerado acerca de uma prática de análise sócio-hermenêutica deste discurso no campo organizacional.

A história da eletricidade no Brasil está intimamente ligada a uma evolução econômica, social e política vivida desde os primórdios de sua implantação no final do século XIX (1879-1899), até as recentes transformações do cenário ocorridas no século XX e, mais atualmente, século XXI. Possuidor do maior potencial hidrelétrico em termos mundiais, do qual metade ainda para ser aproveitada (ABBUD; TANCREDI, 2010), o Brasil avançou em empreendimentos hidrelétricos desde o começo dos anos 1960, a maioria construída durante um período em que a preocupação com os impactos ambientais e sociais de grandes obras de engenharia era, praticamente, mínima. Atualmente o setor elétrico brasileiro, dado o grande número de rios e bacias, é constituído por uma quantidade representativa de usinas hidrelétricas, que geram a maior parte (cerca de 80%) da energia do país, afirmam Morch et al. (2009). A reforma do setor elétrico brasileiro, a partir dos anos 1990, teve uma característica em destaque que

foi a separação dos três segmentos de atuação: geração, transmissão e distribuição, além do aumento de consumo pelas diversas classes sociais.

São constantes os debates acerca dos choques de preços do petróleo, acidentes nucleares, crises de suprimento de eletricidade, poluição atmosférica pela queima de combustíveis fósseis e desigualdade no nível de consumo de energia entre países industrializados e os demais países mundiais. O mérito de renovação do ambiente acostumado a situações monopolistas teve sua abertura iniciada no Brasil a partir de 1992, pela participação da iniciativa privada nos setores de petróleo e de eletricidade (LEITE, 2007).

A empresa escolhida neste estudo foi uma multinacional do setor elétrico de geração e distribuição de energia na Região Sul do Brasil, com sede em Florianópolis, Santa Catarina. A escolha da empresa justifica-se por ser uma produtora independente de energia e líder do setor privado de geração de energia elétrica do Brasil.

3.2. Fonte discursiva: entrevistas

A entrevista é tida como uma maneira de levar uma pessoa a dizer o que pensa (POUPART, 2008). Na investigação social, versa-se, portanto, de uma das formas de apresentação dos atores sob o seu próprio ponto de vista (POUPART, 2008), ou a produção de informação empírica mais comum e importante (ROJAS, 2006).

Não se trata, pois, de um simples registro das falas dos sujeitos, mas de um “[...] construto comunicativo, uma forma de produção e interpretação da informação através da análise dos discursos” (GODOI; MATTOS, 2006, p. 307). Como mencionam Costa e Carvalho (2005, p. 06), “[...] não se pode realizar análise de discursos organizacionais sem que se tenha à disposição a palavra dos gestores e executivos responsáveis pela ação organizacional”.

Banister et al. (2004) elencam quatro razões principais para se realizarem entrevistas:

- combinar os vários modelos de entrevista de um interesse nos significados subjetivos (os significados que os participantes dão ao assunto da entrevista), em vez de obter respostas em um formato padronizado para comparação com outros grupos ou indivíduos;

¹ Os custos ambientais sejam eles de qualquer natureza, provocados pela intervenção humana, devem ser suportados por quem tenha lhes causado (COELHO et al., 2011).

- as entrevistas podem permitir a exploração de assuntos que podem ser demasiado complexos para investigá-los por meios quantitativos;
- fazer entrevistas é uma lição saudável de participação e de prática na pesquisa, isto é, exige uma consideração de atitude reflexiva no processo de pesquisa, que vai desde a concepção da pergunta e a identificação e montagem das entrevistas com os informantes, até a entrevista propriamente dita, incluindo ainda o trabalho realizado para transformar um encontro interativo numa obra de investigação escrita;
- necessariamente associado ao processo de fazer visível o próprio trabalho do pesquisador na construção de seu papel está o problema das relações de poder no processo de investigação.

Apresentar os discursos dos sujeitos como um produto acabado, sem uma interpretação adequada do pesquisador significa correr o risco de deixar de lado o conhecimento das condições de produção do mesmo discurso (BOURDIEU, 1997; 2003): os jogos de poder em que estão inseridos, os silêncios, seu personagem imaginário, a violência simbólica (presença das categorias dominantes dos oprimidos).

Vidal (2009) aduz que a intervenção do pesquisador é sempre necessária, e é ainda mais na perspectiva qualitativa. O pesquisador qualitativo, para que seu trabalho seja útil e significativo, deve interpretar e analisar os discursos que captou, de modo que eles emergem na sua dimensão social plena. A entrevista qualitativa é entendida como um “evento de intercâmbio dialógico – que pode promover reformulação metodológica capaz de enriquecer a prática de pesquisa e construir novas situações de conhecimento” (GODOI; MATTOS, 2006, p. 302).

Neste estudo, fizemos uso da entrevista realizada junto aos sujeitos discursivos da organização investigada – pessoas que diretamente estiveram ligadas à elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade, tais como diretores, gerentes, analistas e membros do Comitê de Sustentabilidade. As entrevistas foram realizadas no final de 2010 e início de 2011, e se destinaram a obter informações de caráter pragmático, na busca de como os sujeitos discursivos atuam e reconstróem o sistema de representações sociais e práticas individuais (ALONSO, 1998; GODOI; MATTOS, 2006) a respeito do discurso da sustentabilidade.

Nesta pesquisa estabelecemos um protocolo para condução e registro de informações durante a entrevista junto aos participantes da organização em estudo, mantendo o anonimato dos entrevistados. Segundo recomendações de Creswell (2007, p. 194), o protocolo de entrevista incluiu: cabeçalho, instruções (declarações de abertura),

principais questões de pesquisa, instruções para aprofundar as principais perguntas, mensagens de transição, espaço para registrar os comentários e espaço no qual o pesquisador registra notas reflexivas.

Primeiramente, realizamos contato telefônico com uma assessora de investidores para explicar o motivo da pesquisa. Na sequência nos foi solicitado o envio de uma carta-convite por *e-mail*, ratificando a solicitação para realização de entrevistas com pessoas que participam diretamente da elaboração do Relatório de Sustentabilidade. As entrevistas ocorreram todas no período matutino, na sede da empresa na cidade de Florianópolis/SC. A primeira entrevista foi agendada pela assessora e ocorreu em 17 de novembro de 2010, com a participação de três entrevistados (consultor de sustentabilidade, assessora de comunicação e assessora de relações com investidores). Em 2 de março de 2011, realizamos a segunda entrevista, com o gerente de planejamento e logística de projetos. Este distanciamento entre a primeira e a segunda entrevista deu-se porque a empresa entrou em recesso e férias coletivas nos meses seguintes, bem como pelo fato de o início de 2011 ser um período em que os empregados estavam atarefados com suas atividades cotidianas. Entretanto, esse espaço de tempo permitiu-nos fazer uma pré-análise da primeira entrevista, podendo dar mais enfoques a temas e conteúdos para os próximos encontros com os entrevistados que ainda não tinham sido abordados. Desta maneira, as demais entrevistas foram agendadas de acordo com a necessidade de aprofundar determinada área da empresa ou algum conteúdo que se estava trabalhando em face das dimensões da sustentabilidade, conforme apresentadas no item 2. A partir desta postura, agendamos mais três entrevistas, sendo duas no dia 02 de março de 2011 e a última no dia 28 de março de 2011, totalizando 7 horas e 38 minutos de gravação.

Para eliminar as imprecisões de anotações de campo, ampliando a possibilidade de acesso público dos resultados e com elevado detalhamento, as entrevistas foram gravadas, procurando amenizar o viés da memória e do desejo da pesquisadora, e posteriormente transcritas. Seguimos as convenções sugeridas por Brown e Yule (1993, p. 17) para a transcrição e representações de silêncios (pausas breves foram assinaladas com “-”, pausas mais largas com “+”, e pausas prolongadas com “++”), por meio das quais procuramos “[...] registrar o mais fielmente possível o que se dizia, evitando a inferência de polir a linguagem empregada”.

Para a execução da entrevista, fizemos uso de um roteiro semiestruturado, não pressupondo sequer uma ordem preestabelecida, que contemplou as dimensões da sustentabilidade. Esta situação permitiu que a conversação se iniciasse por certos assuntos e muitas vezes se desviasse de algumas das questões colocadas,

proporcionando uma cobertura mais profunda sobre determinados enfoques relacionados às dimensões da sustentabilidade. Houve também a intervenção por parte dos pesquisadores durante a entrevista, de forma espontânea e não controlada.

Foram entrevistados homens e mulheres com diferentes cargos na estrutura funcional da empresa: diretor; consultor de sustentabilidade; gerente de planejamento e logística de projetos; analista de meio ambiente; assessoras de comunicação e de relações com investidores. O tempo de serviço prestado à empresa destes entrevistados apresentou uma variação de 4 a 10 anos (Quadro 1).

Quadro 1 - Perfil dos entrevistados

Cargo ocupado	Entrevistados					
Diretor/consultor						E1 - homem
Gerentes			E6 - homem			E4 - homem
Analista				E5 - homem		
Assessoras		E2 - mulher E3 - mulher	E7 - mulher			
Tempo de serviço	2 anos	4 anos	6 anos	8 anos		+10 anos

Fonte: Elaboração própria.

Consideramos para a análise e interpretação do discurso o contexto histórico e experiências vivenciadas de cada um dos entrevistados no que se refere à questão da sustentabilidade nos últimos dez anos.

3.3. Procedimentos de análise e interpretação do discurso

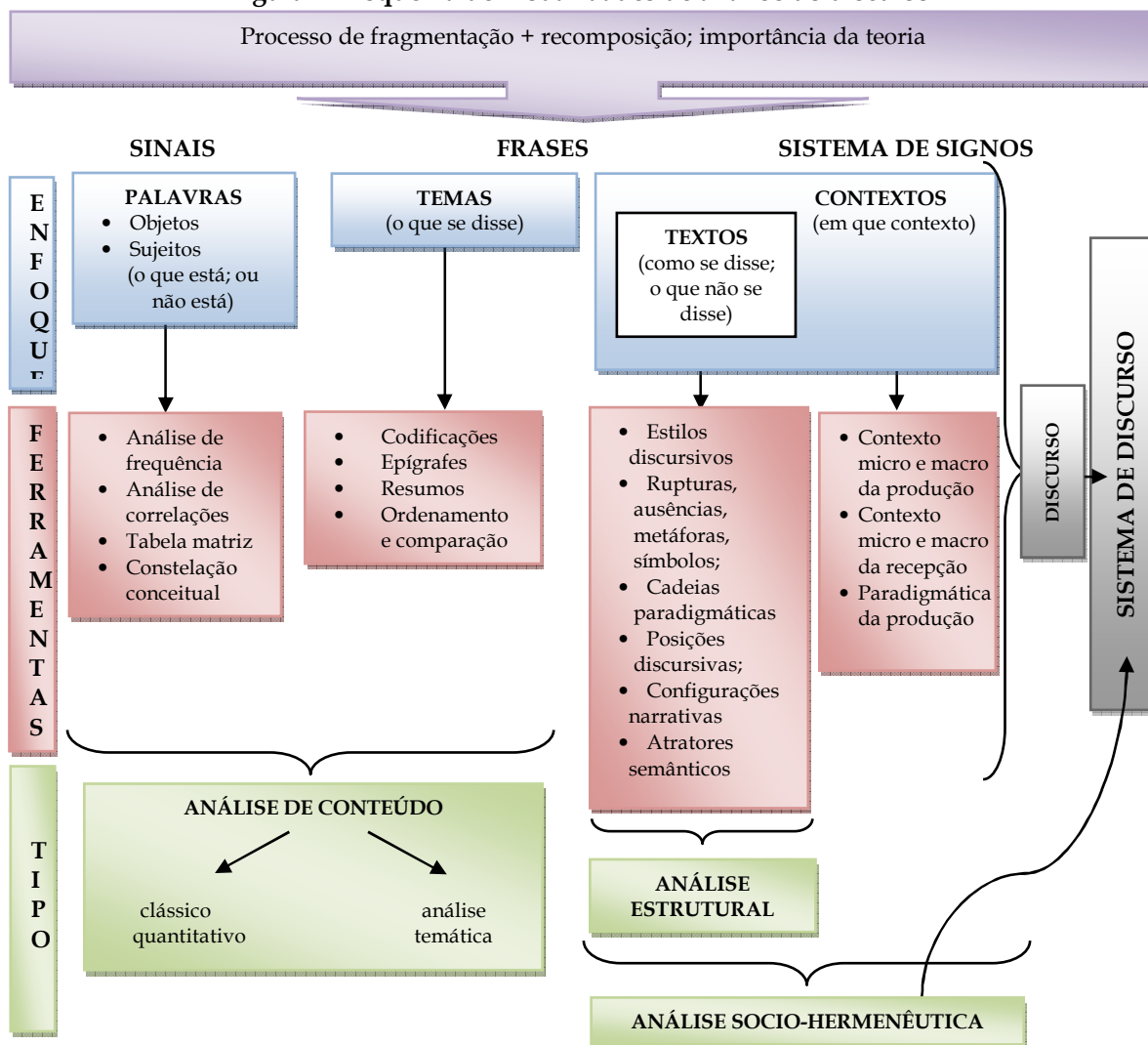
No processo de Análise Sociológica do Discurso, o discurso transborda ao texto (ALONSO, 1998; CONDE, 2009), o que implica observar a capacidade de ação, de estar atento à práxis² dos discursos: “observar como a realidade social constrói os discursos e como os discursos constroem a realidade social” (ALONSO, 1998, p. 201). A partir do material empírico produzido pelo sujeito discursivo, passamos a compreender o discurso como parte da construção teórica da realidade. Procuramos, pois, responder durante todo o processo investigativo questões do tipo: *Quem fala? De que posição se fala? Do que se fala? O que está em jogo? Como se fala?* A construção da realidade social – fruto de ação e pensamento coletivo dos sujeitos – se dá por meio de representações sociais (MOSCOVICI, 1978). No caso da sustentabilidade, esta realidade fundamentada na percepção ou na projeção de sua identidade atravessa momentos históricos, conceituais e

políticos, além de circunstâncias sofridas por pressões do Estado, do mercado e da própria sociedade.

Para a análise e interpretação das entrevistas, seguimos o roteiro proposto por Serrano (2012), conforme Figura 1.

Num nível mais básico, atentamos para o que está manifesto no texto (expresso explicitamente), ignorando, muitas vezes, o que está implícito. A ênfase está na palavra, fazendo uso de ferramentas de análise, como, por exemplo, a análise de frequência, de correlações; ou ainda focada em temas, utilizando codificações, ordenamento e comparações – por meio de uma análise de conteúdo, seja ela do tipo clássico quantitativo ou análise temática. Para alcançar o nível latente – o que não está explícito pelos sujeitos –, tratamos de verificar que lógica estrutural existe num texto que dará chaves para a interpretação.

Figura 1 - Esquema de modalidades de análise do discurso



Fonte: Serrano (2012).

² Sobre a importância da práxis sugerimos a leitura de Conde (2009, p. 59).

Neste segundo nível, procuramos localizar quais são as lógicas que atravessam o discurso, quais são os indícios que se conota com o que se está falando. Estabelecemos, neste momento, os estilos discursivos, rupturas, ausências, metáforas e símbolos e identificamos as cadeias paradigmáticas – como se fala concretamente e que tipos de palavras falam. Além destes, avançamos na identificação das posições discursivas, que implicam a percepção ideológica. Foi possível ainda identificar as maneiras de falar, as relações de poder, como se relacionam com o objeto de estudo, chamados de atratores semânticos.

No último nível foi preciso fazer a inserção do texto no contexto. Tornou-se necessário fazer e dar sentido a esses elementos em um contexto que se fala; um contexto em que se desenvolve tal discurso. Caso se perdessem as chaves contextuais para interpretar, escapar-se-ia (quase) tudo para interpretar o sentido. Neste nível foi possível verificar os discursos como constructos a partir do ponto de vista relacional, desde um ponto ou de outro. Analisamos a partir de que sentido esse discurso foi construído, em que lógica se formou e qual a relação de poder existente. No nível sócio-hermenêutico, intentamos construir esse sistema de discurso, descrito em mapas discursivos, verificando as relações entre si e relações que modificam no tempo e na história. Trata-se de uma análise mais completa de uma reconstituição do conjunto de discursos que são constituídos em situação de interação por meio de suas lógicas discursivas. A finalidade, portanto, foi dar sentido texto a texto, e qual seu dinamismo, sua possível evolução a curto e longo prazos.

4. CONSTRUÇÃO DO DISCURSO DA SUSTENTABILIDADE EM UMA MULTINACIONAL DO SETOR ELÉTRICO

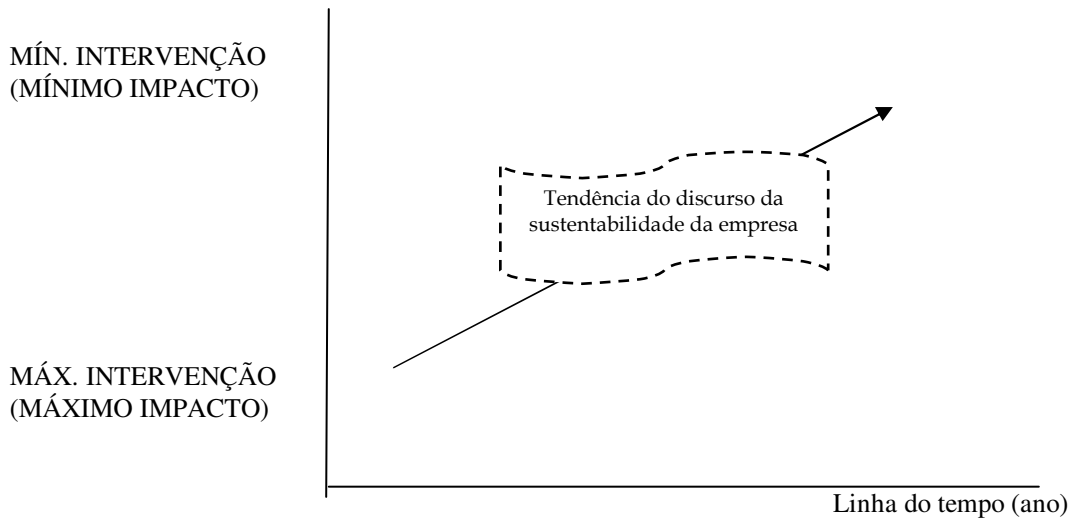
A construção do discurso da sustentabilidade da empresa em estudo foi estruturada a partir: da definição da conjectura analítica, que trata de estabelecer um direcionador ao longo da análise e interpretação das fontes discursivas; de análises das entrevistas realizadas, com o intuito de identificar as formas mais expressivas, idiossincráticas, singulares, enunciativas, dos giros expressivos e estilos narrativos do discurso da sustentabilidade; e simultaneamente, de maneira parcial ou não, a estes procedimentos anteriores, de análises das posições discursivas, das configurações narrativas e dos espaços semânticos para estabelecimento de uma articulação entre as etapas.

4.1. Conjectura analítica

No processo de investigação trabalhamos inicialmente com hipóteses – antecipação orientada sobre possibilidades de resposta(s) à(s) pergunta(s) proposta(s) na pesquisa – que se derivaram a partir da teoria, observações ou experiência do pesquisador, também chamadas por Conde (2009) de conjecturas pré-analíticas. Atrevemo-nos a encontrar maneiras de tecer e configurar de forma unitária um conjunto de elementos (peças) que, *a priori*, poderiam parecer muito distintos, tanto por seu conteúdo como pelo fato de serem produzidos por diferentes interlocutores na pesquisa. São peças iniciais de um quebra-cabeça que, aparentemente, pareciam pertencer a jogos distintos, mas que em sua formação possibilitaram traçar uma lógica de sentidos dos textos e imagens.

Compõe esta etapa de análise a utilização de representações gráficas, em distintos formatos – neste trabalho conduzimos em forma de mapas de posicionamento. Não se buscou com estas representações uma análise cartesiana, mas elas nos ajudaram a expressar e visualizar um dos conceitos centrais da ASD, que é analisar os sistemas de discursos. Além disso, o uso dos mapas na ASD nos auxiliou a sugerir a dimensão relacional e contextual que possuem as noções de conceitos gerados na pesquisa qualitativa dos discursos sociais. As representações gráficas converteram-se neste estudo como um instrumento útil, proporcionando firmeza no trabalho de criação e validação das conjecturas, além de assinalarem as possíveis dimensões que necessitariam de reflexão e investigação para compreensão de como representar formalmente uma configuração narrativa. Por fim, elas permitiram, de maneira mais explícita, que a estrita forma narrativa mais habitual pudesse manifestar a possível evolução no tempo das posições discursivas, das configurações narrativas e dos próprios espaços semânticos construídos durante a pesquisa realizada.

Assim, a conjectura traçada na Figura 2 tornou-se um direcionador e serviu de orientação que focalizou nossa percepção, como norteador ao longo da análise e interpretação das fontes discursivas levantadas. A partir de uma suposição de um diálogo com a realidade observada, estabelecemos a interação entre a conjectura e as observações – contrastando com a realidade que se construiu constantemente com a teoria à medida que avançamos na investigação. Esta foi levada em consideração para a interpretação e análise do discurso da sustentabilidade na transcrição (texto) das entrevistas.

Figura 2 – Conjectura: Impacto da empresa na natureza (entorno)

Fonte: Elaboração própria.

O vetor que emergiu como elemento centralizador nesta pesquisa esteve relacionado à noção de sustentabilidade no contexto organizacional. Em um eixo de análise relacionamos, de um lado, a intensidade de intervenção – mínima ou máxima – a natureza em que a organização atua, e, de outro, estabelecemos a linha do tempo (Figura 2). Neste estudo, partimos do princípio de que a conjectura que nos guiou durante a investigação foi de que houve uma evolução no discurso institucional ao longo dos anos – a tendência do discurso da empresa seguiu um processo de transformação com o passar dos anos no que tange ao discurso da sustentabilidade. No eixo inferior, a natureza apresenta-se fortemente impactada, com máxima intervenção por parte da empresa, transformando radicalmente o entorno. No eixo superior, a empresa manifesta-se de maneira integrada à natureza e suas ações provocam o mínimo de impacto ao entorno. Portanto, a conjectura estabelecida é de que a empresa percorreu, ao longo dos anos, em se tratando do discurso da sustentabilidade, de uma máxima intervenção e maior impacto em relação ao meio em que opera suas atividades para uma atuação de mínima intervenção e menor impacto em relação ao seu entorno.

Dispomos, portanto, de uma maneira de ir tecendo uma interpretação e análise, a partir de diferentes perspectivas, das possíveis posições diferenciais subjacentes às entrevistas trabalhadas neste estudo. A partir da conjectura analítica, apresentamos nas próximas seções o estilo discursivo, a posição discursiva, a configuração narrativa e o espaço semântico do discurso da sustentabilidade numa multinacional do setor de energia elétrica.

4.2. Estilo discursivo

A partir de um roteiro semiestruturado entrevistamos os empregados da empresa estudada que tinham ligação direta com a elaboração dos Relatórios de Sustentabilidade. Seguem as análises das entrevistas, nas quais adotamos as inscrições E1, E2, E3 e assim sucessivamente, para designar os entrevistados.

Quando submetidos a questionamentos a respeito da riqueza social – bem econômico coletivo gerado por uma empresa –, os entrevistados se posicionaram no sentido de que a produção e distribuição de energia elétrica são indispensáveis na maior parte da produção desta riqueza. Segundo o E1 (homem - consultor de sustentabilidade), “a companhia considera que o bem que ela fornece para a sociedade é um bem essencial à vida.” A empresa, por meio de seus empregados, entende que existe um potencial energético no Brasil muito elevado, e acredita na necessidade indispensável do aumento da capacidade de geração de energia e, portanto, de sua atividade econômica resultante da aplicação de capital. Este entendimento é compartilhado por E5 (homem – analista de meio ambiente), conforme suas declarações de que “a empresa tem que crescer e a maneira de crescer é construir suas usinas”. A busca por lucros é inerente à natureza do capital. A empresa não omitiu seus objetivos econômicos e deixou evidente em seu discurso o entendimento de que sua atividade é indispensável à sociedade, apesar de causar impactos ambientais e sociais. De acordo com E1, o Relatório de Sustentabilidade (RS) é produzido diretamente pela área responsável de relação com investidores, com mobilização praticamente de toda a empresa. Portanto, o RS constitui uma ferramenta que tende a melhorar a imagem e atrair investidores. Todavia, apesar de ser relevante, a riqueza é apenas uma parte das questões que envolvem a sustentabilidade.

Quanto à questão sobre o comportamento da empresa em relação à administração do plano de cargos e salários e distribuição de lucros, prontamente E1 sugeriu que essa resposta fosse encontrada junto ao setor competente na empresa – departamento de recursos humanos: “Bom, (+) nós podíamos (+) encaminhar a senhora ao Departamento de Recursos Humanos para eles poderem te responder melhor do que nós aqui”. Ao retomar este questionamento, E1 insistiu na indicação de uma pessoa mais adequada para responder questões relacionadas à macro categoria social: “Detalhes dessa política é que alguém do RH deveria indicar [...]”, complementou E1. Num outro momento, diante de indagações sobre fauna, flora, reciclagem e tratamento de resíduos, entre outras questões ambientais, este entrevistado indicou que tais respostas fossem buscadas em outro departamento: “[...] vamos indicar então (+) a assessoria de meio ambiente [...] é o gerente e a pessoa certa para você contatar, tá”. Não se trata de

questionar aqui quem seria mais ou menos indicado, mas o que chama atenção é o fato de E1 sentir-se à vontade e seguro para falar apenas da categoria econômica. Apesar de demonstrar conhecimento sobre questões ligadas às categorias ambiental e social, E1 prefere não se manifestar.

Quando foram questionados o acompanhamento e a garantia da biodiversidade e suas condições de habitat, E1 manteve uma postura formal e institucional, tratando de apresentar como resposta os procedimentos formais relacionados às normas exigidas e seguidas pela empresa – no caso a ISO14001, norma internacional que estabelece os requisitos necessários para a gestão ambiental de um empreendimento. Percebemos um deslocamento³ para as respostas apresentadas pelo E1 e reforçado pela E2 (mulher – assessora de comunicação), e de maneira genérica em relação ao questionamento feito, em que se destaca o seguinte fragmento da entrevista: “Cada usina tem um representante da administração local pela (++) que é responsável pela (++) pelo sistema de gestão ambiental que também é atrelado a essa certificação. (++) E também para conhecer em detalhes esse programa e tudo mais, aí eu vou te indicar a assessoria de meio ambiente”.

E4 (homem – gerente de planejamento e logística de projetos) revelou que, no caso de uma usina hidrelétrica, o impacto gerado pelo empreendimento “é muito grande na comunidade que tá (+) instalada no entorno do rio”. A empresa reconhece essa alteração que ela causa no meio ambiente, mas procura se assegurar perante a sociedade de que, apesar desse reconhecimento e de que isso deveria ser um papel do Estado, ela entende trazer mais benefícios para a região onde vai se instalar do que prejuízos. De acordo com E4, nessas localidades onde as pessoas se instalam o rio torna-se um facilitador, além de proporcionar a captura de alimentos para sobrevivência. Por outro lado, segundo E4, o rio passa a ser um escoador de detritos. E4 afirmou que as comunidades ali instaladas, via de regra, não possuem tratamento de esgoto; mesmo assim, fazem uso da água para consumo.

No que tange à aceitação ou resistência por parte da comunidade do entorno – os atingidos pelo empreendimento – E4 afirmou que “sempre existe um momento de rejeição porque as pessoas tão lá habitadas, às vezes, já tão, já é a segunda, terceira, quarta geração que vive naquelas comunidades e eles não querem sair de lá né”.

Todavia, E4 acredita que o trabalho de convencimento realizado nas audiências públicas “sempre é bom; invariavelmente é bom porque a qualidade de vida das pessoas melhora, ela sempre melhora [...] isso tudo faz parte das compensações que nós temos

que fazer. Muitas delas já vêm no próprio EIA [Estudo de Impacto Ambiental] e já traz as compensações e outras são negociadas com as comunidades locais e a gente acaba fazendo mesmo não estando no EIA". Então, a empresa acaba por realizar outras ações que não estão contempladas nos estudos ambientais, complementa E4. Para este entrevistado, o Estado não cumpre integralmente o seu papel. Da mesma maneira que Santos (2000, p. 67), percebemos que se estabelece no discurso a "[...] crença da sua indispensabilidade, fator da presente guerra entre os lugares, e em muitos casos, de sua atitude de chantagem frente ao poder público, ameaçando ir embora quando não atendidas em seus reclamos".

Quando abordamos a questão das indenizações referentes ao reassentamento da comunidade, percebemos que os entrevistados demonstraram a preocupação da empresa em retribuir financeiramente os impactados. De acordo com E5 (homem - analista de meio ambiente), o termo compensação explica essa ação quando a empresa não consegue mitigar ou evitar o impacto causado. Todavia, E5 mencionou a dificuldade de dimensionar questões relacionadas com "o lado sentimental e tudo mais". Percebemos que E5 compreende que a compensação não consegue alcançar todas as perdas causadas pela atividade do empreendimento. De outra maneira, E1 enfatizou que a empresa paga "*royalties*" como forma de compensação, além de contribuir com ações relacionadas à cultura local.

No contexto apresentado pelos entrevistados, cabe refletir sobre a dimensão social da sustentabilidade. Existe um contraponto de ideias. Entendemos que as pessoas atingidas sofrem com a perda de aspectos culturais relacionados à sua história, ao modo de viver, ao seu cotidiano em si, que não podem ser reparados. Conforme Rezende (2007), ocorre o chamado impacto social, em que muitas pessoas deixam suas casas para recomeçar uma nova vida em outro lugar. Trata-se da impossibilidade de medir o dano ambiental causado. Do ponto de vista da valoração, surgem diversos aspectos incomensuráveis. "Quantas memórias e histórias da população que ficam debaixo d'água para sempre. Quantos imóveis de imensurável valor [...], quantos laços de amizade são destruídos, quantas culturas sociais são obrigatoriamente desfeitas" (REZENDE, 2012, p. 2). A empresa, por sua vez, visualiza que faz a sua parte exigida pela legislação, numa posição predominante vivida nos centros urbanos, ou seja, de que a qualidade de vida está associada àquilo que é oferecido nas cidades ditas

³ Esse deslocamento foi possível observar por meio da metodologia abordada, melhor explicado na seção das configurações narrativas - entrevistas.

desenvolvidas, tais como infraestrutura e serviços básicos – saúde, segurança, educação, transporte, etc.

Os entrevistados demonstram acreditar no discurso institucional, isto é, eles reconhecem existir tensões e conflitos, mas consideram que a maneira pela qual é conduzido o processo de mitigação ou compensação por parte da empresa favorece a qualidade de vida das comunidades do entorno, apesar dos impactos negativos gerados por ela. Em outras palavras, o aumento da geração de energia elétrica é necessário, a presença da empresa na localidade promove o desenvolvimento e traz mais benefícios do que impactos negativos para o entorno.

Em outro questionamento em relação à conscientização ambiental no local de trabalho, E1 comentou que existe uma coleta seletiva e que diversas campanhas são proporcionadas pela empresa, além de destacar os procedimentos de prevenção interna de acidentes de trabalho e a semana de meio ambiente em que a sociedade tem participação. Os entrevistados E1, E2 e E3 (mulher – assessora de relações com investidores) comentaram que antes esta semana era chamada de “Semana Interna de Meio Ambiente - Sima”, mas que atualmente passou a ser intitulada de “Semana de Meio Ambiente - Sema”. Aqui há uma peculiaridade no discurso institucional, apresentando um indicativo de que, apesar da mudança de nomenclatura do evento proporcionado pela empresa de interno para externo, o protagonista é mantido. Em outros termos, a referência continuou sendo a própria empresa com ênfase em um ambiente externo, além do interno, para assegurar seus diversos interesses empresariais.

No que se refere às ações de gestão ambiental, de acordo com E4, “o custo com o ambiental e sustentável” cresceu significativamente nos últimos anos. As questões social e ambiental são o foco do discurso emitido por E6 (gerente de meio ambiente) e E7 (assessora de planejamento e logística de projetos). Estes entrevistados praticamente não abordaram a dimensão econômica.

Dessa maneira, convergem também as ações da empresa em programas sociais, entre eles o resgate arqueológico e da memória da comunidade que vive no entorno do empreendimento – construção da usina hidrelétrica. Convém ressaltar que tais projetos limitam-se a atender apenas a locais próximos onde a empresa possui empreendimento, como declarou E2: “a empresa não vai fazer um projeto desse no Rio de Janeiro, por exemplo, porque não há [usina] e nem tem sede [do empreendimento]”.

Ainda a realização das entrevistas permitiu evidenciar o termo “memória”, manifestado como um vocábulo-chave para justificar e legitimar determinadas condutas por parte da empresa estudada no que tange à sustentabilidade – dimensão social. Esta

constatação levou a uma reconfiguração da posição discursiva dos sujeitos na empresa, uma vez que, ao propor resgatar a memória, alimenta-se de continuidades de vida e liga o passado ao presente que está sendo reconstruído, no caso dos atingidos pelas barragens,⁴ por exemplo. Todavia, a construção de uma barragem para produção de energia elétrica, além dos benefícios proporcionados, pode gerar danos ao meio ambiente: impactos ecológicos, socioeconômicos e culturais.

A partir da análise das entrevistas, verificamos que há um gradiente implícito de valor atribuído no discurso em relação à posição discursiva: Quem fala? De que posição se fala ou se produz o discurso? Em nome de quem se fala? De que lugar social ou de que conjunto de lugares são produzidos seus discursos? Estas indagações conduziram o levantamento da posição discursiva dos entrevistados, conforme mostrado na seção seguinte.

4.3. Posição discursiva

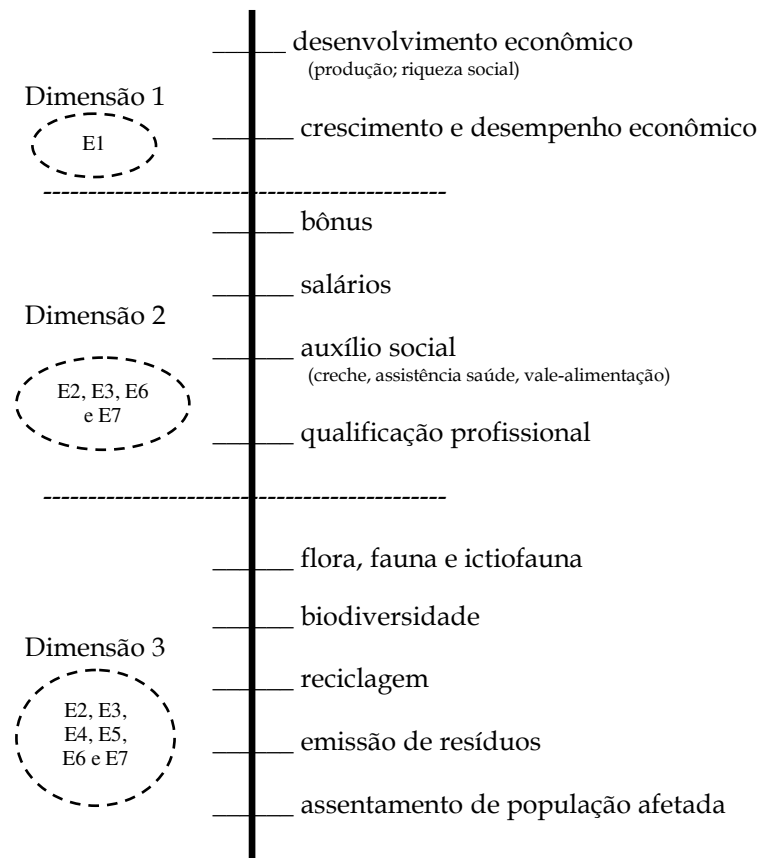
A análise de posições discursivas está associada às frações constitutivas identificadas, que remeteram a uma espécie de orientação geral (CONDE, 2009) para realização da análise e construção do discurso da sustentabilidade por parte da empresa em estudo. Estas posições, segundo Ruiz Ruiz (2009, p. 13), podem ser entendidas como “papéis discursivos típicos socialmente definidos (ou questões) que os sujeitos adotam em suas práticas discursivas concretas”.

Assim, a análise das posições discursivas permitiu uma conexão dos discursos concretos com o espaço social no qual eles têm surgido e, neste sentido, uma interpretação sociológica do discurso.

A leitura ordenada estabelecida durante as tarefas iniciais de análise serviu de caráter provisório para a leitura do *corpus*, permitindo estabelecer comparações entre um e outro material analisado e detectar a variabilidade entre eles.

Conforme mostrado na Figura 3, durante as entrevistas, E1 apresentou uma posição discursiva de acordo com o cargo que desempenha na empresa, adotando um estilo de discurso politicamente correto que, em outras palavras, apresenta em suas respostas informação sem emissão de opinião pessoal, respondendo questões referentes ao âmbito da posição que ocupa na empresa.

⁴ A este respeito sugere-se a leitura de Rezende (2007), que trata do dano moral causado pela construção de barragens hidrelétricas.

Figura 3 - Posições discursivas – entrevistados

Fonte: Elaboração própria.

Para a organização, segundo Faria e Meneghetti (2001, p. 9), “o discurso ‘politicamente correto’ está inserido num contexto temporal e de localidade pertinente aos objetivos organizacionais”. Tal discurso segue uma das formas discursivas - a do discurso social comum - sugerida por Faria e Meneghetti (2001), na qual a organização faz uso de expressões compartilhadas no processo de construção do discurso praticado pela maioria, comuns em todos os locais - desde no chão de fábrica até na sala da presidência.

Percebemos que o discurso de E1 parte de uma ênfase para o momento 1 (dimensão econômica), valorando os benefícios econômicos, enquanto E2, E3, E6 e E7 ressaltam o momento 2 (dimensão social). Posteriormente, E2 e E3 passaram a valorar o momento 3 (dimensão ambiental) durante a dinâmica da entrevista, corroborado por E4, E5, E6 e E7.

4.4. Configuração narrativa e espaço semântico

As configurações narrativas representaram, neste estudo, uma maneira de descrever o latente expresso no nível manifesto dos textos e imagens. O conteúdo espontâneo de

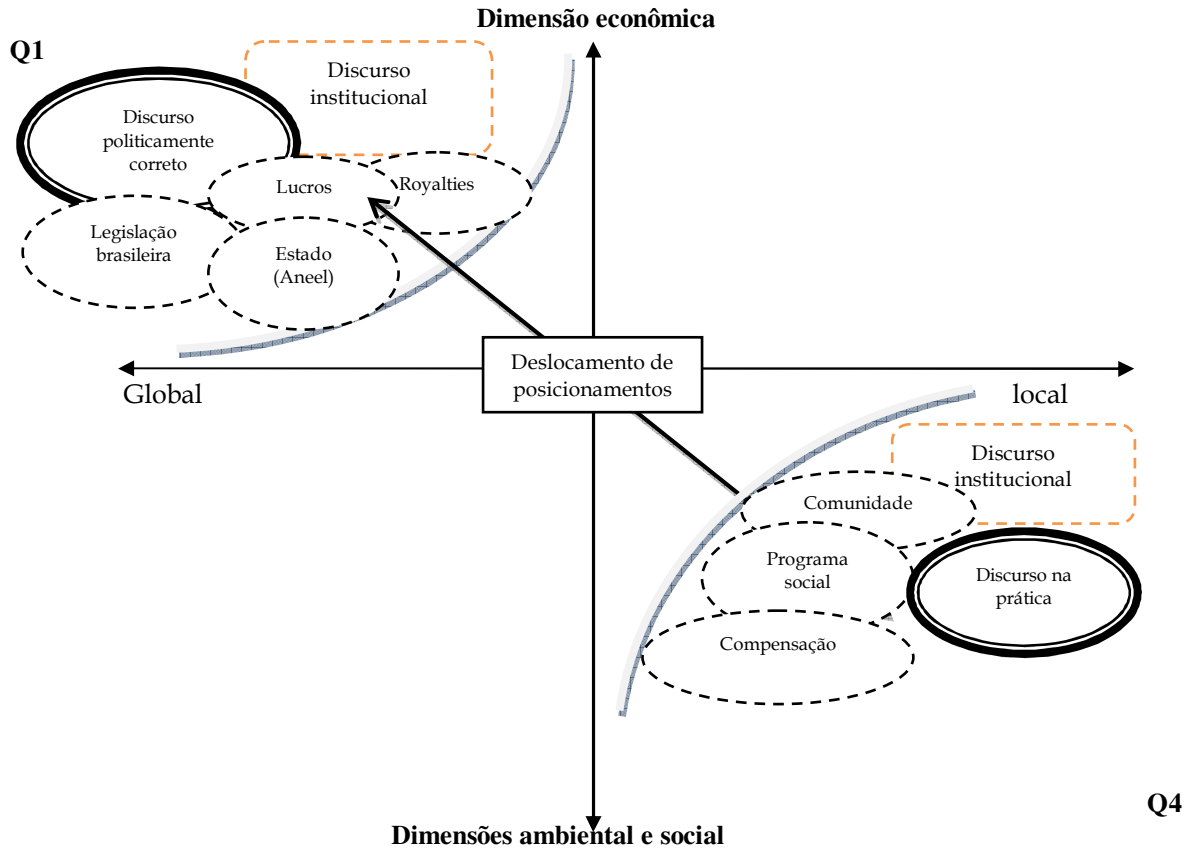
aparição de temáticas centrais da pesquisa durante as entrevistas permitiu o progressivo encadeamento dos temas que configuraram a base da ASD do discurso da sustentabilidade.

Acreditamos que a dimensão econômica está indissociada das demais (ambiental e social). Notamos, com o passar do tempo, a inserção de posicionamentos nos âmbitos ambiental e social, por parte da empresa, seguindo uma tendência mundial no contexto organizacional. Esta constatação converge com os achados no estudo de Kavinski (2009). A dimensão ambiental passa a ser considerada um condicionante para a lucratividade do empreendimento. Isso não significa que a atividade se torne necessariamente menos lucrativa. Mas a sustentabilidade ambiental passa a constituir um fator econômico que determina a alocação mais eficiente dos recursos.

Na Figura 4 estabelecemos as configurações narrativas a partir dos discursos (entrevistas). Observamos que, quando os discursos se movem na direção do quadrante 1 (Q1), os entrevistados tematizam sobre lucros, *royalties*, que envolvem questões globais e econômicas. Num outro extremo, ao se questionar sobre questões mais locais e relacionadas ao meio ambiente e questões sociais (Q4), eles tratam de abordar sobre comunidade e proteção social.

Há um deslocamento de respostas no discurso que percorre do Q4 ao Q1, visto que, diante de questões sociais da comunidade, os entrevistados respondem sob o ponto de vista do mix energético gerado pela empresa e, quando questionados sobre temas relacionados ao meio ambiente, eles tratam de questões econômicas. Percebemos um discurso entendido como politicamente correto no Q1 e um discurso mais relacionado à prática no Q4. Quando se tenta fazer uma aproximação de tais dimensões, remetemos novamente a um deslocamento local e global.

Figura 4 - Configurações narrativas – entrevistados



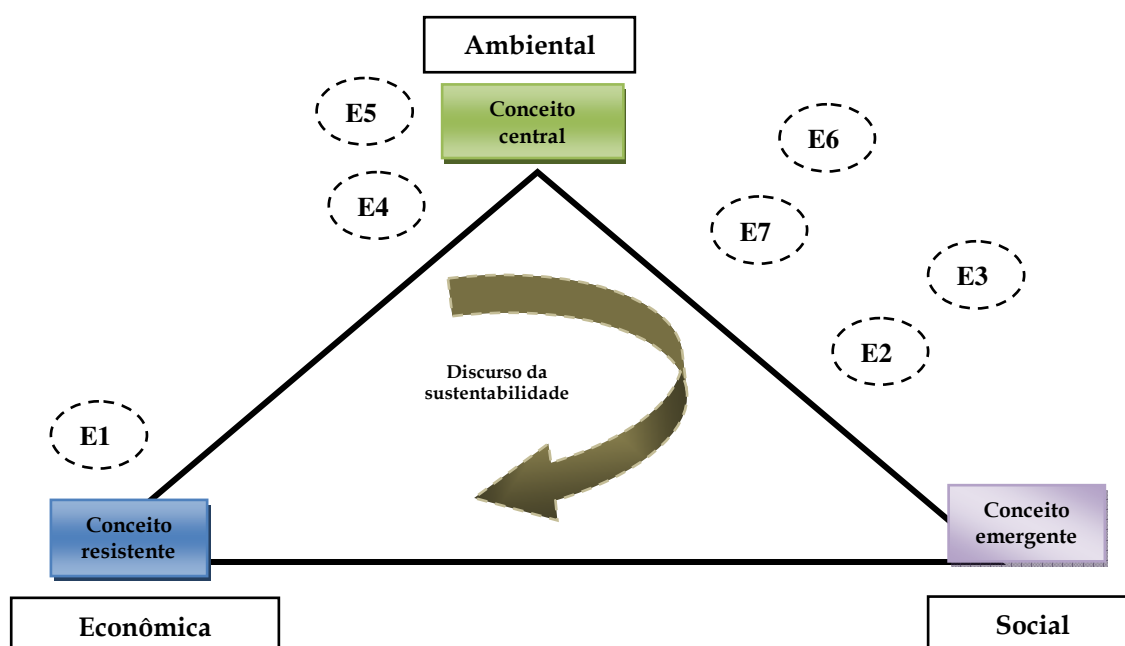
Fonte: Elaboração própria

Ressaltamos ainda, nas ciências sociais, a existência de uma série de modelos analíticos que servem de ajuda na prática de ASD. Um deles é a configuração triangular baseada no modelo de triângulo de Lévi-Strauss,⁵ constituído a partir de três vértices – natural, cultural e artificial –, que explicam os processos de mudança sociocultural entre um e outro grupo social. Neste estudo, fizemos uso deste modelo para analisar a configuração narrativa referente ao discurso da sustentabilidade reportado nas entrevistas. Em cada vértice do triângulo foi possível observar um nível de cristalização das dimensões da sustentabilidade – econômica, ambiental e social – que coexistem num momento histórico determinado, consideradas um espaço de inscrição do discurso da sustentabilidade.

Durante as entrevistas constatamos que as questões econômicas apresentaram-se como um conceito mais resistente por parte de alguns entrevistados (E1, E4, E6) e que vem perpetuando nos últimos anos analisados. A dimensão econômica é manifestada como um conceito resistente e forte no discurso da sustentabilidade. A partir desta

dimensão, o discurso é construído em direção às outras dimensões: social e ambiental. As discussões envolvendo a dimensão ambiental são tratadas como um conceito central, enquanto aquelas referentes à dimensão social circundam um conceito emergente no processo de construção do discurso da sustentabilidade por parte dos entrevistados (Figura 5).

Figura 5 - Configuração narrativa – Entrevistas



Fonte: Elaboração própria.

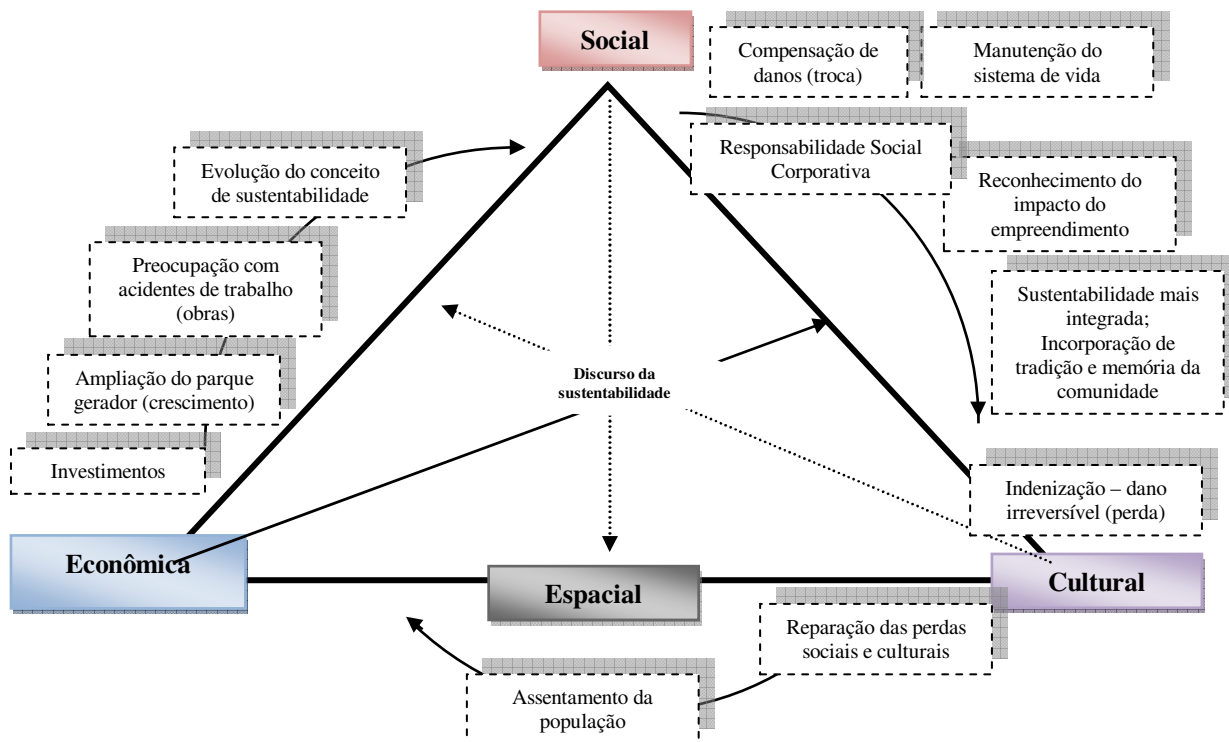
Numa outra configuração narrativa elaborada, utilizamos também o triângulo de Lévi-Strauss para estabelecer os espaços semânticos em face das dimensões da sustentabilidade, segundo proposto por Sachs (1993). Estes espaços foram definidos a partir das entrevistas (Figura 6).

Os espaços semânticos relacionam-se estreitamente com o campo semântico, entendido como o conjunto de unidades léxicas consideradas, a título de conjecturas de trabalho, dotadas de uma organização estrutural subjacente. Todavia, no percurso da Análise Sociológica do Discurso, a vinculação e a possível organização estrutural subjacente se deram desde sua pertinência com o contexto social, pragmático e histórico da investigação em relação ao discurso da sustentabilidade – objeto de estudo neste artigo. Aproxima-se, pois, do “domínio semântico” de Nelson (apud ALONSO, 1996),

⁵ Para mais detalhes e aprofundamento do modelo de triângulo de Lévi-Strauss, sugere-se a leitura de Conde (2009, p. 185-195), quando trata dos possíveis modelos de análise já existentes na prática de Análise Sociológica do Discurso.

que trata de relações de similaridade, contraste, hierarquização e proximidades capazes de gerar sentidos diferentes aos fatos, cuja utilização pressupõe uma competência social específica.

Figura 6 - Espaços semânticos das entrevistas em face das dimensões da sustentabilidade de Sachs



Fonte: Elaboração própria.

Assim, na Figura 6, foi possível configurar e delimitar os principais conteúdos, suas materialidades verbais e suas fronteiras. Além disso, estendemos a análise e interpretação no uso da língua, nos discursos concretos – institucional e midiático – e como esse discurso se vinculou ou se dissociou das diferentes formas de abordar o discurso da sustentabilidade. Em tal procedimento, consideramos os distintos caminhos narrativos, os segmentos argumentativos e discursivos, que se desenvolveram e foram se reconstruindo por meio dos discursos.

O discurso da sustentabilidade é manifestado pela empresa, enfatizando que seu crescimento (expansão) é obtido com responsabilidade social e ambiental, com uso de energia limpa ou renovável e de tecnologias limpas, em prol do desenvolvimento sustentável apregoado pelo Estado. O discurso revela que a empresa realiza suas ações em favor da perspectiva de contribuir para o desenvolvimento sustentável do país, ao utilizar os recursos naturais de maneira sustentável. Destacamos a tensão junto à sociedade e aos investidores em torno dos impactos ambientais gerados pela atividade

operacional desenvolvida pela empresa (sociedade/investidores) e da manutenção da atividade econômica frente à rentabilidade proporcionada (investidores).

Desta maneira, a sociedade é entendida como beneficiária. A empresa manifesta seu discurso em prol da sociedade. O aumento do fornecimento de energia elétrica é entendido como necessário para a melhoria da qualidade de vida e bem-estar da sociedade. Depreendemos que o discurso busca legitimar o que a empresa faz – produção/geração de energia elétrica.

Em relação aos investidores, a empresa conduz seu discurso no sentido de evidenciar sua capacidade e condições de gerar boa rentabilidade dos negócios. Neste sentido, considerando o contexto econômico, a empresa revela seus projetos expansionistas e de ocupação de mercado no ensejo de atrair investidores para o seu negócio. A sustentabilidade é entendida como uma variável propagandística de convencimento dos investidores. É predominante no discurso, ao longo dos anos analisados, a ênfase à dimensão econômica. As demais dimensões são manifestadas como coadjuvantes, no sentido de corroborar a imagem positiva da empresa, ou seja, proporcionar lucros com responsabilidade.

Em outra perspectiva, a empresa é exigida por lei a realizar medidas mitigadoras e compensatórias para manter o licenciamento ambiental e, por conseguinte, suas atividades produtivas. Assim, a empresa utiliza o discurso para revelar suas ações em prol do meio ambiente: compensações e indenizações; manutenção do sistema de vida; responsabilidade social; resgate do patrimônio cultural (tradição histórica e memória da comunidade); assentamento da população atingida pelos empreendimentos; entre outras práticas de sustentabilidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com a abordagem metodológica utilizada, trata-se de um processo que leva em consideração, entre os diversos fatores, a percepção do pesquisador. Enfatiza-se que durante todo o percurso da pesquisa estivemos centrados no problema de pesquisa proposto. Além disso, os resultados podem e devem ser questionados por aqueles que estiverem em outra posição como observadores.

A partir do material produzido pelos entrevistados da multinacional, passamos a compreender tal discurso como parte da construção teórica da realidade. A partir da análise do discurso da sustentabilidade, elencamos, a seguir, alguns pontos com o intuito de responder às questões *Quem fala? De que posição se fala? Do que se fala? O que está em jogo? Como se fala?*

- A empresa (por intermédio de seus sujeitos) é responsável pela elaboração do discurso. Não é anormal que o discurso manifeste que a empresa realiza ações em favor das três dimensões da sustentabilidade.
- Procurou-se demonstrar que a empresa atinge seus objetivos econômicos com maestria, considerando em seu planejamento aspectos ambientais e sociais. Do discurso manifestado, depreendemos que há o entendimento da necessidade e importância de aumentar a oferta de energia elétrica constante no projeto de desenvolvimento do Brasil. Assim, a empresa internaliza e externaliza seu papel na sociedade.
- A produção de energia elétrica é legitimada, apesar de seus impactos ambientais, pelo poder de convencimento imposto de que o consumo de energia é entendido como uma necessidade básica. A melhoria da qualidade de vida da sociedade é superior com a presença da empresa, no entendimento dela. Fica implícito no discurso que todos são beneficiados isonomicamente nas três dimensões da sustentabilidade e que a empresa está comprometida com esta realidade. A empresa enfatiza o que faz de melhor para a sociedade e não destaca com profundidade os danos irreparáveis ao meio ambiente, bem como as desigualdades sociais. Nesse sentido, ela manifestou que cumpre com suas obrigações por meio das compensações ambientais.
- Está explícito no discurso que a empresa opta, preferencialmente, por produzir energia elétrica com uso de tecnologias limpas e renováveis. A empresa manifesta solidariedade com as gerações futuras. Entretanto, ela aproveita uma oportunidade de mercado frente ao processo de privatização deflagrado nas últimas décadas no Brasil. Isto é: a sustentabilidade é um discurso oportuno por conta de configurações institucionais. Considerando que o Brasil possui características geográficas e hídricas favoráveis, notamos que as ações da empresa vão ao encontro do uso de tais tecnologias. Em outras palavras, o governo atrai investidores para o setor e a empresa luta para ocupar mercado com os recursos naturais disponíveis.
- É manifesto no discurso que a empresa preocupa-se com a preservação dos recursos naturais e do meio ambiente. A empresa procura destacar uma imbricação positiva à medida que busca seus objetivos econômicos. As dimensões ambiental e social apresentam-se inseridas no planejamento para o desenvolvimento econômico da empresa como variáveis necessárias para a sobrevivência do negócio. De maneira implícita, a empresa julga fazer parte do

engendramento necessário do sistema social que gera emprego, promove a segurança social e respeita os aspectos culturais.

- No discurso da sustentabilidade organizacional, a empresa manifestou uma abordagem socialmente responsável. Ela ressalta ser uma empresa transparente no intento de legitimar suas ações frente à sociedade e ao mercado. Ela faz uso desse discurso para melhorar sua reputação ao longo dos anos analisados, bem como criar valor financeiro e atrair capital.

A empresa, portanto, realiza suas atividades operacionais de acordo com a legislação existente. Ela cumpre seu papel enquanto empresa, quando revelou estar interessada em ser uma empresa geradora e transmissora de energia elétrica com responsabilidade socioambiental.

Existe um entendimento (mito) de que o discurso da sustentabilidade recai apenas na dimensão ambiental. Todavia, o discurso da sustentabilidade estudado demonstrou enfatizar, principalmente, a dimensão econômica como principal condutor das ações, enquanto as demais dimensões – ambiental e social – são visualizadas como integrantes do planejamento para atingir os objetivos econômicos.

O discurso da sustentabilidade não é uma construção ingênua (LIMA, 2003). Entendemos que qualquer posicionamento é carregado de interesses, sejam estes individuais ou coletivos. A construção do discurso da sustentabilidade manifestado neste estudo não fugiu a este pensamento. Uma empresa cuja atividade operacional é considerada de alto impacto ambiental precisa apresentar justificativas à sociedade de que realiza com responsabilidade suas ações.

Recomendamos para futuros trabalhos a análise de outras fontes discursivas – relatórios de administração e de sustentabilidade, notícias veiculadas sobre a empresa no que tange ao discurso da sustentabilidade –, além da utilização de outras práticas qualitativas que possam contribuir para a construção de tal discurso, como é o caso da prática de grupo de discussão. Outra recomendação é fazer o estudo comparativo com outras multinacionais do setor elétrico e em empresas cuja atividade também for considerada impactante.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho teve apoio da *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)*.

REFERÊNCIAS

- ABBUD, O. A.; TANCREDI, M. **Transformações recentes da matriz brasileira de geração de energia elétrica: causas e impactos principais**. Brasília: Centro de Estudos da Consultoria do Senado, 2010 (Textos para discussão, 69).
- ALCADIPANI, R. Dinâmicas de poder nas organizações: a contribuição da governamentalidade. **Comportamento Organizacional e Gestão**, v. 14, n. 1, p. 97-114, 2008.
- ALMEIDA, A. P. de. **Análise de discurso institucional: um estudo da missão de organizações**. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão Estratégica em Comunicação e Relações Públicas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.
- ALONSO, L. E. **Análisis del discurso**. Seminario impartido por Luis Enrique Alonso (grabación). Disponível em: <<http://www.uam.es/.../Seminario%20 analisis%20de%20discurso/indice%20contenidos%20 analisis%20de%20discurso.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2012.
- ALONSO, L. E. **La mirada cualitativa en sociología**. Madrid: Fundamentos, 1998.
- ALONSO, L. E. Los mercados lingüísticos o el muy particular análisis sociológico de los discursos de Pierre Bourdieu. **Revista de Estudios de Sociolingüística**, v. 3, n. 1, p. 111-132, 2002.
- ALONSO, L. E.; CALLEJO, J. El análisis del discurso: del postmodernismo a las razones prácticas. **Revista Española de Investigaciones Sociológicas**, n. 88, p. 37-74, 1999.
- ÁLVAREZ, T.; CABALLERO, M. **Vendedores de imagen**. Barcelona: Paidós, 1997.
- ARAÚJO, M. I. O.; BIZZO, N. O discurso da sustentabilidade, educação ambiental e a formação de professores de biologia. **Enseñanza de las Ciencias**, numero extra, 2005.
- BANISTER, P. et al. **Métodos cualitativos en psicología: una guía para la investigación**. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2004.
- BARRY, D.; ELMES, M. Strategy retold: toward a narrative view of strategic discourse. **Academy of Management Journal**, v. 2, p. 429-452, 1997.
- BERMEJO, R. **Economía sostenible, principios, conceptos e instrumentos**. Bilbao: Bakeaz, 2001.
- BOCAYUVA, P. C. C. Tecnologia social na transição paradigmática. In: OTTERLOO, A. et. al. **Tecologias sociais: caminhos para a sustentabilidade**. Brasília, 2009, p. 117-130.
- BOJE, D.; OSWICK, C.; FORD, J. Language and organization: the doing of discourse. **Academy of Management Review**, v. 29, n. 4, p. 571-577, 2004.
- BOURDIEU, P. **Razones prácticas**. Sobre la Teoría de la Acción. Barcelona: Anagrama, 1997.
- BOURDIEU, P. **El oficio de científico**. Barcelona: Anagrama, 2003.
- BRASIL. **Lei nº. 10.165**, de 27 de dezembro de 2000. Dispõe sobre a Taxa de Controle e Fiscalização Ambiental e Relatório Anual de Atividades. Disponível em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L10165.htm>. Acesso em: 12 jun. 2012.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente/Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama). **Resolução CONAMA nº 237**, de 19 de dezembro de 1997. Dispõe sobre a revisão e complementação dos procedimentos e critérios utilizados para o licenciamento ambiental. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/estr.cfm>>. Acesso em: 19 dez. 2012.
- BROWN, G.; YULE, G. **Análisis del discurso**. Madrid: Visor Libros, 1993.
- CALIXTO, L. **Responsabilidade socioambiental: a divulgação de relatórios na América Latina**. 2011. 318 p. Tese (Doutorado – Linha de pesquisa: Gestão Socioambiental e da Saúde) – EAESP/FGV, São Paulo, 2011.
- CANGUILHEM, G. O cérebro e o pensamento. **Natureza Humana**, v. 8, n. 1, p. 183-210, jan./jun. 2006.
- CARNEIRO, V. C. V. A análise do discurso como instrumento de pesquisa para os estudos em sustentabilidade. In: ENCONTRO DA EnEPQ, 3, João Pessoa, 2011. **Anais...** João Pessoa: EnEPQ, 2011.

- CARRIERI, A. de P.; SARSUR, A. M. Percurso semântico do tema empregabilidade: a (re)construção de parte da história de uma empresa de telefonia. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, n. 1, jan./mar. 2004.
- CHANLAT, J. F.; BÉDARD, R. Palavras: a ferramenta do executivo. In: CHANLAT, J. F. **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996, p. 125-148.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- CLEGG, S. Poder, linguagem e ação nas organizações. In: CHANLAT, J. **O indivíduo na organização: dimensões esquecidas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996, p. 47-66.
- COELHO, C. et. al. Avaliação de desempenho ambiental: uma proposta face a estudos de impactos ambientais. In: ENCONTRO NACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE, 13, 2011. **Anais...** São Paulo: Engema, 2011.
- CONDE, F. **Análisis sociológico del sistema de discursos**. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), nov. 2009 (Cuadernos metodológicos, 43).
- COSTA, A. M. da; CARVALHO, J. L. F. dos S. Legitimando papéis ou conciliando interesses? A reprodução discursiva da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29, 2005. **Anais...** Brasília: Anpad, 2005.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DE LUCAS, A.; ORTÍ, A. Génesis y desarrollo de la práctica del grupo de discusión: fundamentación metodológica de la investigación social cualitativa. **Investigación y Marketing**, n. 47, p. 5-9, 1995.
- DEEGAN, C.; BLOMQUIST, C. Stakeholder influence on corporate reporting: an exploration of the interaction between WWF-Australia and the Australian minerals industry. **Accounting, Organizations and Society**, London, v. 31, n. 4-5, p. 343-372, 2006.
- DEEGAN, C.; RANKIN, M.; TOBIN, J. An examination of the corporate social disclosures of BHP from 1983-1997: a test of legitimacy theory. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 312-343, 2002.
- DEETZ, S.; KERSTEN, A. Critical models of interpretive research. In: PUTNAM, L.; PACANOWSKY, M. E. (Eds.). **Communication and organizations: an interpretive approach**. Beverly Hills, CA: Sage, 1983, p. 147-172.
- DOVERS, S. R. A framework for scaling and framing policy problems in sustainability. **Ecological Economics**, v. 12, p. 93-106, 1995.
- ECO, U. **Lector in fábula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos**. São Paulo: Perspectiva, 1986 (Coleção Estudos, v. 89).
- FAERMAN, M. **Com as mãos sujas de sangue - reportagens**. São Paulo: Global, 1979.
- FARIA, J. H.; MENEGHETTI, F. K. Discursos organizacionais. In: ENCONTRO DA ANPAD, 25, Campinas, 2001. **Anais...** Campinas: Anpad, 2001.
- FERNANDES, C. A. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2008.
- GODOI, C. K. A perspectiva da interpretação social dos discursos: uma prática de análise dos discursos motivacionais na aprendizagem com base nos atos da fala, enunciação e contexto. In: CARRIERI, A. de P. (Org.). **Análise do discurso em estudos organizacionais**. Curitiba: Juruá, 2009, p. 131-152.
- GODOI, C. K. Análise do discurso na perspectiva da interpretação social dos discursos: uma possibilidade aberta aos estudos organizacionais. **Revista Gestão.Org**, v. 3, n. 1, jan./abr. 2005.
- GODOI, C. K. Perspectivas de análise do discurso nos estudos organizacionais. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e técnicas**. São Paulo: Saraiva, 2006, p.375-401.

- GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. de. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e técnicas**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 301-323.
- GÓMEZ, L. J. **El concepto de sostenibilidad ecológica: génesis y límites**. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, 1998.
- GORDO, A.; SERRANO, A. **Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social**. Madrid: Pearson Prentice Hall, 2008.
- GRANT, D.; KEENOY, T.; OSWICK, C. Introduction. In: GRANT, D.; KEENOY, T.; OSWICK, C. (Eds.). **Discourse and organization**. London: Sage, 1998, p. 1-14.
- HARDY, C.; PALMER, I.; PHILIPS, N. Discourse as a strategic resource. **Human Relations**, v. 53, n. 9, p. 1227-1248, 2000.
- HOLLING, C. S. Theories for sustainable futures. **Conservation ecology**, v. 4, n. 2, 2000. Disponível em: <<http://www.consecol.org/vol4/iss2/art7/>>. Acesso em: 20 jan. 2012.
- IBÁÑEZ, J. **Más allá de la sociología**. El grupo de discusión: técnica y crítica. Madrid: Siglo XXI, 1979.
- IBÁÑEZ, J. **Del algoritmo al sujeto**. Perspectivas de la investigación social. Madrid: Siglo XXI, 1985.
- JAPPUR, R. F.; CAMPOS, L. M. de S.; HOFFMANN, V. E.; SELIG, P. M. A visão de especialistas sobre sustentabilidade corporativa frente às diversas formações de cadeias produtivas. **Revista Produção on line**, v. 8, n. 3, 2008.
- JIMÉNEZ-DOMINGUÉZ, B. Contradicciones en la política de la sostenibilidad. **Psicología Política**, n. 23, p. 77-84, 2001.
- KAVINSKI, H. **A apropriação do discurso da sustentabilidade pelas organizações: um estudo de multicaso de grandes empresas**. 2009. 110f. Dissertação (Mestrado em Organizações e Desenvolvimento) – FAE, Centro Universitário, 2009.
- LEITE, A. D. A energia do Brasil. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- LIMA, G. da C. O discurso da sustentabilidade e suas implicações para a educação. **Ambiente & Sociedade**, v. 6, n. 2, jul./dez., p. 99-119, 2003.
- LOOSE, E. B.; PERUZZOLO, A. C. Como o meio ambiente é tematizado no discurso jornalístico da Folha de S. Paulo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, Natal, 2008. **Anais...** Natal: Intercom, 2008.
- MARTÍN CRIADO, E. Del sentido como producción: elementos para un análisis sociológico del discurso. In: LATIESA, M. (ed.). **El pluralismo metodológico en la investigación social**. Granada: Universidad de Granada, 1991, p. 187-212.
- MERRIAM, S. B. **Case study in education**. A qualitative approach. San Francisco (CA): Jossey-Bass, 1988.
- MORAIS, L. L. P. de; PAES DE PAULA, A. P. Identificação ou resistência? Uma análise da constituição subjetiva do policial. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 4, art. 4, p. 633-650, jul./ago. 2010.
- MORCH, R. B. et al. A estratégia de mercado das geradoras hidrelétricas: uma análise à luz da teoria das restrições. **Revista Gestão.Org**, v. 7, n. 3, p. 331-347, set./dez. 2009.
- MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- MUMBY, D. K. **Communication and power in organizations: discourse, ideology, and domination**. Norwood, NJ: Ablex, 1988. ????
- MUMBY, D. K.; CLAIR R. P. Organizational discourse. In: VAN DIJK, T. A. (Org.). **Discourse as social interaction**. London: Sage, 1997, p. 181-205.
- NIELSEN, B. B. Manuals for environmental dialogue. **Corporate Environmental Strategy**, v. 8, n. 3, p. 217-222, 2001.

- NOGUEIRA, C.; FIDALGO, L. Análise do discurso: a tarefa e o poder das palavras. **Avaliação psicológica: formas e contextos**, n. 3, p. 181-188, 1995.
- ORTÍ, A. La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo. In: GARCÍA, M.; IBÁÑEZ, J.; ALVIRA, F. **El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación**. 3. ed. Madrid: Alianza, 1993.
- PAULA, J. A.; MONTE-MÓR, R. L. de M. Biodiversidade, população e economia: uma experiência interdisciplinar. In: TORRES, H., COSTA, H. (Orgs.). **População e meio ambiente: debates e desafios**. São Paulo: Senac, 2000.
- PAULISTA, G.; VARVAKIS, G.; MONTIBELLER-FILHO, G. Espaço emocional e indicadores de sustentabilidade. **Ambiente e Sociedade**, v. 11, n. 1, p. 185-200, jan./jul. 2008.
- PEZZEY, F. **Economic analysis of sustainable growth and sustainable development**. Washington: World Bank, Environment Department, 1989 (Working paper, n. 15).
- PHILLIPS, N.; HARDY, C. **Discourse analysis**. London: Sage Publications, 2002.
- POUPART, J. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- REDCLIFT, M. R. Pós-sustentabilidade e os novos discursos de sustentabilidade. **Revista Raízes**, v. 21, n. 1, p. 124-136, 2002.
- REZENDE, L. P. **Avanços e contradições do licenciamento ambiental de barragens hidrelétricas**. Belo Horizonte: Fórum, 2007.
- REZENDE, L. P. O dano moral nas construções de barragens hidrelétricas. In: ENCONTRO CONIFES. **Anais...** Disponível em: <<http://www.ichs.ufop.br/conifes/anais/PES/pes0203.htm>>. Acesso em: 10 maio. 2012.
- ROJAS, A. V. Entrevistas. In: CALEJJO, J.; ROJAS, A. V. **Proyectos y estrategias de investigación social: la perspectiva de la intervención**. Madrid: McGrawHill, 2006.
- RUIZ RUIZ, J. Análisis sociológico del discurso: métodos y lógicas. **Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research**, v. 10, n. 2, art. 26, 2009.
- SACHS, I. Transition strategies for the 21st century. **Nature and Resources**, v. 28, n. 1, 1992.
- SACHS, I. **Estratégias de transição para o século XXI: desenvolvimento e meio ambiente**. São Paulo: Studio Nobel; Fundação do Desenvolvimento Administrativo, 1993, p. 24-26.
- SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 4. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2002, p.85-88,.
- SANTOS, M. **Por uma outra globalização**. Do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- SCHAEFFER, R. O futuro da energia elétrica no Brasil. **Mudanças climáticas - informações e reflexões para um jornalismo contextualizado**, 11 nov. 2008. Disponível em: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/content/o-futuro-da-energia-eletrica-no-brasil>>. Acesso em: 25 ago. 2010.
- SCOTTO, G.; CARVALHO, I. C. de M.; GUIMARÃES, L. B. **Desenvolvimento sustentável**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- SERRANO, A. **Esquema de modalidades de análise**. Asignatura: Cultura material y metodologías audiovisuales, Máster en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales: Innovaciones y Aplicaciones. Curso 2011-2012 (primer cuatrimestre). Notas de aula. Septiembre-2011/Enero, 2012.
- SILVA, E. F. **Nota sobre a privatização no Brasil para informar missão de parlamentares sul-africanos**. Brasília: Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados, 2005.
- STAKE, R. E. Case study methods in educational research: seeking sweet water. In: JAEGER, R. M. (Ed.). **Complementary methods for research in education**. Washington, DC: American Educational Research Association, 1988, p. 253-265.

STAKE, R. E. Case study. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Eds.). **Handbook of qualitative research**. London: Sage, 2000, p. 435-454.

VALLES, M. S. **Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional**. Madrid: Síntesis, 1997.

VIDAL, J. A. C. El intermediario imposible. Algunas reflexiones en torno a epistemología y ética en la investigación cualitativa. **Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas**, Madrid, v. 24, n. 4, p. 187-201, 2009.

VILAÇA, W. P. T. Estudo sobre comunicação organizacional em empresas belorizontinas: discurso para públicos ou diálogo com stakeholders? **Organicom**, ano 5, n. 9, 2 sem. 2008.

Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho

Professora vinculada ao Centro de Ciências Jurídicas e Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Acre (UFAC). Doutora em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Doutorado sanduíche na Universidad Complutense de Madrid (UCM) na Espanha. Mestre em Administração e Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Christiane Kleinübing Godoi

Professora do Programa de Pós-Graduação da Universidade do Vale do Itajaí (PPGA/UNIVALI). Coordenadora do Grupo de Pesquisa em Estudos em Comportamento Organizacional e Métodos de Pesquisa (GECOMP). Coordenadora da Divisão de Ensino e Pesquisa (EPQ) da ANPAD. Pós-doutoranda na Universidad Complutense de Madrid (UCM). Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Doutorado Sanduíche na Universidade do Minho, Portugal. Mestrado em Administração (UFSC) e bacharel em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina (ESAG); e em Psicologia (UFSC).

Christiano Coelho

Professor vinculado ao Centro de Ciências Jurídicas e Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Acre (UFAC). Doutorando em Administração, mestre em Contabilidade e bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Araceli Serrano Pascual

Professora titular da Faculdade de Ciências Políticas e Sociologia da Universidad Complutense de Madrid. Doutora em Sociologia (UCM).