

OS PÚBLICOS NOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DE EMPRESAS DO POLO INDUSTRIAL DE MANAUS: interlocutores ou objetos de discurso?¹

Mayara Viana Paraense²
Aline Ferreira Lira³

Resumo:

As organizações passaram a ter necessidade de se posicionar perante a opinião pública a respeito de suas práticas supostamente sustentáveis a partir da Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, ocorrida no Rio de Janeiro em 1992. Desde então, foram várias as formas de interação com seus públicos desenvolvidas para convencê-los de que são, efetivamente, sustentáveis. Nesse sentido, este trabalho amplia os estudos desenvolvidos por Lira (2014), que analisou o discurso sobre meio ambiente e sustentabilidade em relatórios de sustentabilidade de empresas do Polo Industrial de Manaus. Assim, este artigo analisa como os públicos das organizações são tratados em relatórios de sustentabilidade de empresas do Polo Industrial de Manaus, se como interlocutores, ou seja, se o documento é direcionado a eles, ou se esses públicos se constituem apenas como objeto de discurso. Baseado na perspectiva teórico-metodológica do Círculo de Bakhtin, este estudo faz parte do projeto institucionalizado de pesquisa *O discurso sobre meio ambiente e sustentabilidade de organizações instaladas em Manaus: dialogismo e efeitos de sentido*, do Grupo de Estudos de Relações Públicas. Como resultado, é apontado que os relatórios de sustentabilidade tratam o acionista como interlocutor e os outros públicos como objeto de discurso.

Palavras-chave: Relatório de Sustentabilidade. Organizações. Públicos. Análise Dialógica do Discurso.

Introdução

As organizações passaram a ser questionadas a respeito da poluição do meio ambiente a partir da década de 1960, quando Rachel Carson publicou, nos Estados Unidos, a obra *Primavera Silenciosa*, questionando o prejuízo causado pelo pesticida DDT⁴ à vida selvagem. De acordo com McCormick (1995), *Primavera Silenciosa*, apesar

¹ Este artigo é resultado da pesquisa de Pibic intitulada “Os públicos nos relatórios de sustentabilidade de empresas do Polo Industrial de Manaus: interlocutores ou objetos de discurso?”, realizada entre 2019 e 2020.

² Estudante do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. Bolsista da UFAM no Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica. E-mail: mayaraviana288@gmail.com.

³ Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. Doutora em Linguística pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: aline@ufam.edu.br.

⁴ Dicloro-Difenil-Tricloroetano, mais conhecido como DDT, é um pesticida utilizado desde a Segunda Guerra Mundial para eliminar insetos diversos. Após estudos como o de Rachel Carson, foi comprovado que o DDT poderia comprometer a saúde humana, e não apenas erradicar pragas de plantações, por

de tratar de um tópico aparentemente restrito à esfera científica, vendeu meio milhão de cópias em capa dura e permaneceu na lista dos mais vendidos do New York Times por 31 semanas. McCormick (1995) esclarece que essa obra popularizou o discurso a respeito de danos ambientais globais. Ou seja, o livro, de acordo com o autor, permitiu que um assunto tão complexo pudesse alcançar a opinião pública e possibilitasse um amplo debate sobre o assunto.

Irving e Oliveira (2012) consideram que a obra de Carson conseguiu traduzir pedagogicamente para a sociedade em geral como o homem estava se colocando em risco devido ao seu modo de vida, ameaçando a sobrevivência de espécies e causando danos ao meio ambiente. Foi essa obra, também, de acordo com Dias (2012), que resultou em eventos de repercussão mundial, dentre eles as conferências das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente.

Uma dessas conferências, ocorrida no Rio de Janeiro em 1992, ficou conhecida como Rio-92 e representou um marco no fortalecimento de Organizações Não-Governamentais (ONGs) que atuam na área ambiental e, também, em crescentes respostas discursivas das organizações para reagir a essas pressões e tentar dialogar com a opinião pública a respeito de suas práticas com relação ao meio ambiente.

Uma das respostas discursivas às pressões sociais com relação ao assunto é a publicação de Relatórios de Sustentabilidade, “um gênero do discurso cujo objetivo é tratar de investimentos e ações desenvolvidas por organizações em determinado período nas áreas social, econômica e ambiental” (LIRA, 2014, p.150).

Vários foram os modelos utilizados pelas organizações para a publicação dos relatórios de sustentabilidade, desde que eles surgiram, após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Inicialmente, os documentos se assemelhavam a relatórios contábeis, com dados essencialmente quantitativos, até os de caráter mais qualitativo (LIRA, 2014). Desde 2006 as organizações instaladas no Brasil passaram a publicar seus relatórios de

exemplo. Ou seja, descobriu-se que o DDT poderia causar danos diversos como câncer e doenças neurológicas, respiratórias e cardiovasculares.

sustentabilidade seguindo as normas da *Global Reporting Initiative* (GRI), publicadas a partir de 1997 (GRI, 2012).

As normas para publicação dos relatórios de sustentabilidade apresentam princípios e orientações para a elaboração que, de acordo com a GRI (2012), possuem padrão internacional e podem ser aplicadas por qualquer organização, de qualquer nacionalidade e de qualquer porte. Isso, de acordo com Lira (2014), garante o desempenho das organizações em bolsas de valores em vários lugares do mundo, o que traz benefícios financeiros para a organização.

Embora Almansa (2010) considere que o relatório de sustentabilidade seja um documento destinado a todos os públicos da organização, Cesca (1995) indica que esse gênero do discurso é destinado a acionistas, prioritariamente, podendo ser divulgado, secundariamente, a outros públicos, como empregados, imprensa, comunidade e sociedade. Lira (2014), entretanto, avalia o relatório de sustentabilidade como um documento voltado a acionistas apenas, embora não tenha feito, para reforçar suas análises, um estudo sobre como os públicos são tratados nesse gênero do discurso, se como interlocutores ou objeto de discurso.

A proposta do projeto que deu origem a esse artigo, portanto, inserido nos estudos sobre os discursos e os gêneros do discurso, foi analisar como os públicos enunciados nos relatórios de sustentabilidade são tratados, se como interlocutores ou como objeto do discurso, a partir da perspectiva teórico-metodológica do Círculo de Bakhtin. Embora não tenha sido proposta, formalmente, uma teoria e/ou análise do discurso, o conjunto das obras publicadas pelo Círculo de Bakhtin motivou o nascimento da análise e da teoria dialógica do discurso (BRAIT, 2010), cujo objetivo é identificar como sujeito enfrenta o mundo e se constitui na linguagem.

Assim, ao se trabalhar com a Análise Dialógica do Discurso (ADD), é necessário que os contextos culturais e históricos em que o conhecimento é concebido, produzido e recebido sejam identificados. Ou seja, os aspectos extralinguísticos assumem lugar de destaque no estudo das relações dialógicas. Isso porque, como afirma Bakhtin (2008, p.209), as relações lógicas e concreto-semânticas “devem personificar-se na linguagem,

tornar-se enunciados, converter-se em posições de diferentes sujeitos expressas na linguagem para que entre elas possam surgir relações dialógicas” (BAKHTIN, 2008, p. 209).

Condições de produção do Relatório de Sustentabilidade

O Relatório de Sustentabilidade passou a ser um dos instrumentos de comunicação mais utilizados pelas empresas atualmente. Lira (2014) considera o relatório de sustentabilidade um gênero do discurso do qual o objeto é tratar de investimentos e ações desenvolvidos por uma organização em determinado período nas áreas social, econômica e ambiental. Também evidencia que o relatório é uma ferramenta de gestão que ajuda na tomada de decisão e assim indica ao público que a empresa é digna de confiança, pois a mesma é bem administrada, com produtos e/ou serviços de qualidade satisfatória.

Com o desenvolvimento do setor industrial e da exploração dos recursos naturais, diversas empresas foram questionadas sobre suas ações ditas como sustentáveis em relação ao meio ambiente. No entanto, essa pressão social surge, principalmente, após a publicação da obra *Primavera Silenciosa*, escrita por Rachel Carson, em que a autora questiona os danos ambientais causados, à vida selvagem. O que determinou a influência de *Primavera Silenciosa* foi o fato de que o livro, ao invés de permanecer nos círculos acadêmicos e técnicos, alcançou a opinião pública, que passou a discutir sobre o assunto. De acordo com Irving e Oliveira (2012), o livro *Primavera Silenciosa* traduziu pedagogicamente para a sociedade como o homem estava colocando em risco sua própria vida em função de seu estilo de produção e de consumo.

Somado a isso, a publicação do Relatório Nosso Futuro Comum⁵, que ficou conhecido como Relatório Brundtland, dava conta de que as questões ambientais não poderiam ser consideradas separadas das questões econômicas e sociais. Influenciada

⁵ A Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento foi instituída em outubro de 1984. Formada por 23 membros, 12 dos quais eram países em desenvolvimento, era presidida pela primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland. Entre março de 1985 e fevereiro de 1987, a Comissão desenvolveu mais de 70 estudos e realizou mais de 10 audiências públicas em 10 países. Em 1987, a Comissão publicou seu relatório, denominado *Nosso Futuro Comum*, mas conhecido como Relatório Brundtland.

pelo Relatório Brundtland, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, conhecida mundialmente como Rio 92, marcou definitivamente o posicionamento discursivo de organizações com relação ao meio ambiente e à sustentabilidade, principalmente por causa de pressões de organizações da sociedade civil, como Organizações Não-Governamentais (ONGs).

Diante da exigência do acesso à informação ao desempenho da organização com relação às suas ações sustentáveis, as empresas optaram por utilizar o Relatório de Sustentabilidade como principal meio de compilar suas ações referentes ao assunto. Existem vários modelos de relatórios de sustentabilidade disponíveis, mas as organizações, normalmente, publicam o documento a partir do Manual de Implementação do Relatório de Sustentabilidade, padronizado pelas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI).

As diretrizes da GRI – chamadas G4 – na elaboração dos relatórios ajudam a identificar os impactos das operações da organização sobre o meio ambiente, economia e sociedade civil. O objetivo é apontar informações confiáveis, relevantes e padronizadas para que sua empresa avalie oportunidades e riscos a partir desses impactos e tome decisões mais embasadas sobre o assunto. (CEBDS, 2017)

Públicos que são mencionados nos Relatórios de Sustentabilidade

Antes de iniciar a análise discursiva, foi necessário realizar uma pesquisa exploratória para determinar os *corpora* da pesquisa. Foram encontrados oito relatórios de sustentabilidade publicados em 2018, conforme pode ser observado no Quadro 1. A pesquisa exploratória continuou nos documentos, com a finalidade de identificar em que seções dos relatórios e quais públicos são mencionados nesse gênero do discurso.

Quadro 1 - Relatórios de sustentabilidade divulgados no ano de 2018

Empresas	Setor	Nome do documento	Número de páginas
3M	Produtos químicos e farmacêuticos	Relatório anual de sustentabilidade 2019 - Exercício 2017/2018	51
WEG	Mecânico	Relatório anual integrado 2018	87
Grupo Simões/CarboMan	Produtos químicos e farmacêuticos	Relatório de atividades 2018	51
Coca Cola/Recofarma	Bebidas não alcoólicas e seus concentrados	Relatório de sustentabilidade 2018	112
Triunfo	Madeira	Relatório de sustentabilidade 2018	97
Whirlpool	Mecânico	Relatório de sustentabilidade corporativa 2018	76
CPqD/ Tópico, Sistemas e telecomunicações da Amazônia	Material elétrico, eletrônico e de comunicação	Relatório anual 2018	31
Honda	Duas rodas	Relatório de sustentabilidade 2018	41

Fonte: elaborada pela autora

Com base nos dados coletados, foi identificado que as empresas citam diversos públicos, como **clientes, fornecedores, funcionários, colaboradores, consumidores, comunidade**, entre outros mais específicos, dependendo do segmento e das práticas de cada organização.

Com relação à nomenclatura utilizada pelas organizações publicadas, há uma tendência de utilizar o termo *colaboradores* quando se refere a empregados, como é o caso da Honda, o que pode ser interpretado como um eufemismo que tende a suavizar as relações verticalizadas e autoritárias de trabalho, como pode ser observado no excerto a seguir:

Os colaboradores, principal ativo e maior responsável pela geração de resultados e sucesso no relacionamento com clientes, fornecedores, parceiros, comunidades e demais públicos de interesse, alicerçam o

desenvolvimento sustentável da Honda. (HONDA, 2018, p. 39, grifo nosso).

Há empresas que intercambiam os termos, como é o caso da 3M. Em certas sessões a empresa utiliza o termo funcionários, mas em outras opta pelo termo colaboradores, a fim de estabelecer um possível diálogo com os dois termos presentes. Para compreender o intercâmbio do termo, entretanto, seria necessária a realização de entrevistas com os responsáveis pela elaboração do documento, o que poderia acontecer em pesquisas futuras.

A empresa Triunfo, em seu Relatório de sustentabilidade, cita o termo *empregados* em algumas sessões, o que não é muito utilizado por outras empresas, o que poderia ser interpretado como um certo distanciamento entre a empresa e o público citado, uma vez que se trataria apenas de relação de troca de força de trabalho por salário.

Vozes com que o relatório de sustentabilidade dialoga

Nessa etapa da pesquisa analisou-se com que vozes as organizações dialogam quando mencionam os públicos, seja em forma de concordância com a lei, com as diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI)*, de polêmica velada ou reacentuando e/ou apagando discursos relacionados aos públicos mencionados.

As empresas do PIM (Polo Industrial de Manaus) adotam os relatórios de sustentabilidade como forma de dialogar com os seus públicos, mas o que se verificou foi a existência de interesses opostos àqueles apresentados. Alguns trechos em que os clientes são citados apresentam uma reacentuação da voz de concordância com a lei como preocupação genuína da organização, como é o caso da Honda:

Além do foco em excelência durante o desenvolvimento e produção dos veículos da marca, também é constante o monitoramento dos produtos Honda já inseridos no mercado, como forma de garantir o nível de qualidade e antecipar ações para assegurar o conforto e a segurança dos nossos clientes. (HONDA, 2018, p. 33).

Quando a empresa fala sobre o “constante monitoramento dos produtos já inseridos no mercado” e “garantir o nível de qualidade e antecipar ações para assegurar o conforto e a segurança dos clientes” ela está dialogando com Princípio da Proteção da

Confiança do Consumidor, instituído pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) que tem princípios que guiam as empresas a terem um posicionamento no que se refere aos direitos do consumidor, à proteção de seus interesses econômicos, sua segurança, saúde, transparência e harmonia das relações de consumo, entre outros. Ou seja, na Honda há omissão que as ações desenvolvidas pela empresa são, na verdade, cumprimento de uma norma; nesse caso, há um apagamento discursivo do CDC.

A 3M dialoga com o discurso do combate à corrupção quando menciona fornecedores, clientes, representantes comerciais e distribuidores. A empresa mostra preocupação com esse assunto, e cita seus clientes como um dos principais conhecedores das ações realizadas para combater a corrupção, mas o que se pode identificar é o diálogo de concordância que a empresa tem com Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, combate à corrupção administrativa, que dispõe sobre a responsabilização administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira, e dá outras providências:

A preocupação com o combate à corrupção é estendida a todos os parceiros de negócios, como fornecedores, clientes, representantes comerciais e distribuidores. Para isso a empresa adota uma ferramenta de averiguação de informações públicas, que possibilita consultar a reputação desses parceiros. Todos os dados são integrados de forma automática ao cadastro de clientes, com finalidade de aumentar a segurança da empresa antes da assinatura de contratos (3M, 2019, p. 13).

Todos os relatórios analisados possuem características discursivas muito parecidas, e isso acaba se tornando repetitivo ao longo da pesquisa, todavia evidencia que o estudo apresentado está direcionado corretamente ao seu objetivo. Com isso, foram identificados trechos onde são citados outros segmentos de públicos, e neles há a existência de vozes que dialogam diretamente com as diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI), como é o caso da Triunfo quando cita seus colaboradores, e ao final do trecho cita a qual diretriz está se referindo:

Adotamos uma série de ações e programas de prevenção que estimulam hábitos saudáveis entre nossos colaboradores em todas as empresas. Adicionalmente, aplicamos treinamentos periódicos para reforçar a cultura da segurança nas atividades. As iniciativas incluem programas de ginástica laboral, simulados de emergência (incêndio, acidente com

produtos perigosos, colisões, queda de altura, acidente em sistema elétrico, evacuação de área, entre outras situações), informativos em vídeo sobre segurança do trabalho, treinamentos em campo, etc. GRI-403-2 (TRIUNFO, 2018, p. 12)

As empresas seguem os padrões da *Global Reporting Initiative* (GRI), pois a mesma ajuda a reconhecer os impactos das operações das empresas sobre sociedade civil, meio ambiente, e economia. Campos et al (2013) indicam que a publicação do relatório de sustentabilidade no modelo GRI possui qualidade técnica, credibilidade e relevância. Assim, ao evidenciar o diálogo de concordância estabelecido com essas diretrizes, as organizações buscam levar o interlocutor presumido do relatório de sustentabilidade a acreditar que possui tais atributos.

Dessa forma, as razões pelas quais as empresas publicam o relatório de sustentabilidade seguindo as Diretrizes GRI estão ligadas à possível comparação de desempenho com outras organizações do mesmo segmento. Por esses motivos as empresas reconhecem que seguir as diretrizes do GRI e principalmente dialogar com elas trará retorno positivo para a empresa. Segue outro exemplo de um trecho que dialoga com as diretrizes:

Preservar a saúde e a segurança de colaboradores e terceiros é um valor de extrema importância para a Honda. Além de respeitar a legislação vigente e a regulamentação dos setores em que atua, a empresa realiza investimentos constantes em ações voltadas para maximizar a segurança e promover a saúde do trabalhador. GRI 103-1; 103-2; 103-3; 403-2 (HONDA, 2018, p. 41)

Diante dessa análise identificaram-se também alguns trechos dos relatórios das empresas que ao citarem os consumidores, a comunidade, ou fornecedores, acabam dialogando com as diretrizes do GRI, atribuindo ao discurso um posicionamento de concordância, que, muitas vezes, expressam uma entonação de preocupação e cuidado com seu público de interesse. No entanto, também é perceptível que essa preocupação está voltada, em alguns casos, ao interesse de promover um diálogo de concordância com as diretrizes GRI.

Quanto ao diálogo com as diretrizes GRI, as empresas possuem a mesma posição que a Triunfo:

O Instituto Triunfo é um importante elo entre as comunidades lindeiras e o cotidiano das nossas operações. É uma instituição do terceiro setor, classificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), que atua como consultora das empresas Triunfo em projetos e atividades relacionadas à responsabilidade social corporativa, sempre buscando as formas mais eficientes de deixar um legado social positivo nas comunidades próximas aos negócios. (TRIUNFO, 2018, pág. 34).

Nesse trecho a Triunfo estabelece um diálogo com as diretrizes GRI 413-1: Operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local. Outro exemplo desse posicionamento está expresso no seguinte trecho da Whirlpool, quando a mesma fala sobre o código de conduta do fornecedor:

O Código de Conduta do Fornecedor da Whirlpool não é opcional - é uma exigência para fornecedores que fazem negócios com a Whirlpool. Buscamos relações de negócios com parceiros de negócios respeitáveis comprometidos com padrões éticos e práticas de negócios compatíveis com os nossos. Nós incentivamos enfaticamente os fornecedores a excederem os requisitos deste Código e promover melhores práticas e melhoria contínua em todas as suas operações. (WHIRLPOOL, 2018, pág. 49)

Diante da análise dos discursos das empresas, verificaram-se as principais vozes com que o relatório de sustentabilidade dialoga, sendo elas: reacentuação de discursos relacionados às leis ambientais e a normas diversas como o Código de Defesa do Consumidor e diálogo de concordância com as diretrizes GRI. Dessa forma, conclui-se que nos relatórios de sustentabilidade, as organizações dialogam com diferentes vozes quando mencionam os públicos.

Posicionamento axiológico das organizações com relação aos públicos mencionados

Após a identificação de quais públicos são mencionados nos Relatórios de Sustentabilidade, e conseqüentemente a discriminação das vozes presentes no discurso, analisou-se a partir do posicionamento axiológico, se as organizações tratam, nos relatórios de sustentabilidade, os públicos como interlocutores ou como objeto do

discurso. Para isso, foram utilizados trechos em que as organizações dialogam com os acionistas quando citam seus públicos de interesse.

É importante salientar que além do compromisso social, as empresas possuem o compromisso jurídico e econômico com seus acionistas. As ações devem ser bem planejadas, pois o mercado exige das organizações formas éticas de fazer negócios e se relacionarem com o ambiente empresarial e social. E toda ação positiva gera algum retorno aos acionistas, mesmo que esses benefícios não sejam enxergados de imediato. Como diz Barbosa de Souza e Marcon (2002, p.7), o relacionamento positivo com os públicos favorece em longo prazo os acionistas da empresa.

Diante disso foram identificados vários trechos presentes nos Relatórios de Sustentabilidade das empresas em que o acionista assume o papel de interlocutor presumido, na qual todo discurso elaborado é de seu interesse. Mesmo que seja inicialmente indicado que esse instrumento de comunicação é direcionado a diversos públicos de interesse citados pela empresa, ainda há vestígios claros de diálogo entre a empresa e seus acionistas. Alguns trechos analisados demonstram claramente essa relação.

O primeiro trecho que tem o acionista como interlocutor presumido está presente no relatório da empresa Honda:

Os avanços gerados por intermédio do constante investimento em novas tecnologias garantem não só a *perenidade dos negócios* como também são responsáveis por *conquistar a confiança e preferência dos clientes*. (HONDA, 2018, p. 35, grifo nosso)

Inicialmente, há um adiamento do discurso do acionista, que poderia questionar investimento (que representa gastos adicionais que poderiam implicar redução de lucros), mas traz um posicionamento dialógico que mostra que a perenidade dos negócios só é possível a partir de tais investimentos. Com base nesse posicionamento, é possível inferir que o público que possui interesse tanto em investimentos quanto em retornos maximizados são os acionistas. Não apenas a Honda, como outras empresas também estabelecem um diálogo com os seus acionistas, como por exemplo, a Carboman:

No Brasil, o mercado automotivo consolidou no último ano a retomada econômica, sendo fundamentais nessa recuperação as vendas diretas para pessoas jurídicas – em sua maioria, locadoras de automóveis. O Estado do Amazonas apresentou um crescimento significativo, e, além disso, a Divisão de Veículos chegou a um patamar acima da média nacional. Esse resultado é importante para comprovar a relevância da empresa no cenário nacional. Sem dúvidas, alguns itens foram críticos, como as vendas no varejo, mas os investimentos em manutenção e ferramental, e claro, em pessoas fizeram a diferença. Afinal, a busca pelo diferencial no mercado necessita de desenvolvimento profissional! (CARBOMAN, 2018, pág. 31)

A Carboman estabelece um diálogo com seus acionistas ao introduzir a recuperação do mercado automotivo no último ano, e com isso a recuperação das vendas. Logo em seguida, fala sobre os investimentos em manutenção, ferramentas e pessoas. Após isso, evidencia que esses investimentos são relevantes, mas que a busca pelo diferencial no mercado necessita de investimentos no desenvolvimento profissional. O que há de mais interessante nesta análise é o possível adiantamento do discurso dos próprios acionistas, o que comprova que eles não apenas dialogam como adiantam e prevêem o discurso que pode ser produzido pelos acionistas.

Outro ponto chave identificado no posicionamento axiológico do discurso das empresas é o uso da formação de comparativo *tão-quanto*. O uso desse recurso discursivo é comum quando há um discurso internamente dialógico: há o reconhecimento da importância do discurso do outro, que constitui o discurso, o que é complementado por outro discurso, que entra em polêmica velada com o primeiro, e que se apresenta mais importante. Quando as empresas expressam que uma determinada ação é *tão importante quanto*, ela quer destacar aos acionistas que o que vem depois é mais importante do que foi mencionado antes. Esse posicionamento é encontrado em mais de um relatório de sustentabilidade, no entanto, um trecho evidencia claramente o resultado desta análise. O trecho a seguir pertence ao relatório da empresa 3M:

Tão importante quanto a inovação, o engajamento dos funcionários é fundamental para o cumprimento das estratégias de negócio, inovação e sustentabilidade da 3M Brasil". (3M, 2019 – Exercício 2017/2018, grifo nosso)

Para a 3M, a inovação é importante para os negócios da empresa, no entanto engajar os funcionários é fundamental para o cumprimento das estratégias do negócio, da inovação e principalmente para a sustentabilidade da empresa. Quando ela fala *na sustentabilidade do negócio*, expressa que investir nos funcionários é essencial para o seu sucesso econômico, pois um funcionário engajado rende mais resultados do que um que está desmotivado com a empresa. Segue outro exemplo encontrado em um trecho do relatório da WEG:

A WEG oferece programas de educação e treinamento que envolvem capacitação técnica e comportamental, com o objetivo de oferecer mais qualificação e gerar estratégias mais competitivas ao mercado. Isso é fundamental **tanto** para o bom desempenho e desenvolvimento profissional **como** para contribuir e atender às expectativas de crescimento contínuo e sustentável da organização. O investimento no desenvolvimento de **nossos** colaboradores é prioridade na empresa, herança dos fundadores. Através desse investimento é possibilitado, ao longo dos anos, o alcance de nossos objetivos estratégicos. (WEG, 2018, pág. 33)

Neste trecho é utilizada a formação comparativa *tanto-como*, que tem a mesma finalidade que o *tão-quanto*. Ambos expressam que o que vem após o tanto ou o tão, merece uma atenção específica, e esta atenção está direcionada aos acionistas da empresa. Todo investimento deve trazer benefícios, e o papel do Relatório de Sustentabilidade analisado, no ponto de vista do posicionamento axiológico das organizações, é convencer aos seus acionistas que eles devem continuar investindo na empresa, para assim, colher resultados significativos e positivos em longo prazo.

Considerações Finais

Tendo em vista os aspectos analisados percebe-se que os públicos enunciados nos relatórios de sustentabilidade são tratados como objeto do discurso quando as empresas inserem em seus discursos o acionista como interlocutor presumido. E com isso, entende-se que o posicionamento das empresas com os públicos, mesmo que não esteja evidente, está alinhado diretamente ao crescimento financeiro e sucesso dos negócios.

Por todos esses aspectos conclui-se que os relatórios de sustentabilidade são utilizados pelas empresas como ferramenta de diálogo com os acionistas e, com relação aos outros públicos eles são mencionados, mas não há diálogo estabelecido com eles. Dessa forma, por meio de intensas análises, foram identificadas as principais condições de produção dos relatórios de sustentabilidade, assim como os principais públicos mencionados neles, sendo eles colaboradores, investidores, acionistas, comunidade, entre outros.

Foi identificado, por meio de trechos, o posicionamento axiológico das organizações, questionando-se com que vozes essas organizações dialogavam e quais discursos utilizavam para criar uma possível proximidade com os públicos de interesse, e com isso, chegar ao resultado final da pesquisa.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, principalmente no momento da constituição dos *corpora*, houve dificuldades relacionadas à busca de relatórios de sustentabilidades que cumprissem os padrões do GRI, no entanto foram selecionados os relatórios publicados pelas empresas do Polo Industrial de Manaus em 2018 que atendiam as diretrizes da organização. Outra questão foi a identificação de relatórios que estavam em inglês, e, por não ser a língua materna das autoras, não eram adequados para uma análise discursiva e, por isso, foram descartados.

Como sugestões para pesquisas futuras sobre os relatórios de sustentabilidade de empresas de Polo Industrial de Manaus, foram identificadas algumas possíveis extensões: estudar como é feita a elaboração dos relatórios de sustentabilidade das empresas do Polo Industrial de Manaus, além de analisar qual a participação dos públicos citados nos relatórios de sustentabilidade e como acontece a divulgação dos mesmos.

Referências

- ALMANSA, Ana. **Assessorias de Comunicação**. São Paulo: Difusão Editora, 2010.
- AMORIM, Marília. Cronotopo e exotopia. In: BRAIT, Beth (org.) **BAKHTIN: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 95-114.
- BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da Poética de Dostoiévski**. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. Tradução de Paulo Bezerra.

_____. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 13. ed. São Paulo: Hucitec, 2009. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi.

BRAIT, Beth. Análise e Teoria do Discurso. In: BRAIT, Beth **Bakhtin**: outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2010. p. 9-32.

_____. Construção coletiva da perspectiva dialógica: história e alcance teórico-metodológico. In: FIGARO, Roseli. **Comunicação e análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 79-98.

BRAIT, Beth; MELO, Rosineide de. Enunciado/enunciado concreto/enunciação. In: BRAIT, Beth (org.). **Bakhtin**: conceitos-chave. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2010. p. 61-78.

CAMPOS, L.M.S.; SEHNEM, S.; OLIVEIRA, M.A.S; DALFOVO, M.S.; COELHO, A.L.; ROSSETO, A.M. Relatório de Sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative. **Gestão & Produção** (UFSCAR. Impresso), v. 20, p. 913-923, 2013.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação escrita dirigida na empresa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 1995.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). **Diretrizes para relatórios de sustentabilidade**. Amsterdã: GRI, 2006.

IRVING, Marta de Azevedo; OLIVEIRA, Elizabeth. **Sustentabilidade e transformação social**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

LIRA, Aline Ferreira. **O discurso sobre meio ambiente e sustentabilidade em relatórios de sustentabilidade de empresas do Polo Industrial de Manaus**. 2014. 358 f. Tese [Dourado em Linguística]. Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

MCCORMICK, John. **The Global Environmental Movement**. Chichester: Wiley, 1995.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. **A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo**. 2001. 356 f. Tese [Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem]. Programa de Estudos Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2001.

MUNDO EDUCAÇÃO. **DDT**. Disponível em: < <https://mundoeducacao.uol.com.br/quimica/ddt.htm> > Acesso em: 09/11/2021

BESSANA, Dida. **Primavera Silenciosa**. Disponível em: < <https://educacao.uol.com.br/resenhas/primavera-silenciosa.htm> > Acesso em: 09/11/2021

TURELLA, Rafael. **GRI / Global Reporting Initiative, o que é?** 2017. Disponível em: < <https://www.cubienergia.com/o-que-e-o-gri-ou-global-reporting-initiative/> > Acesso em: 04 fev. 2020.

BARBOSA DE SOUZA, Maria José; MARCON, Rosilene. **A Responsabilidade Social das Empresas para com Consumidores, Acionistas e Sociedade**. PROPAD/UFPE: ANPAD, 2002. 1 CD.

CEBDS; **O que é GRI? Entenda tudo!** 2017. Disponível em < https://cebds.org/o-que-e-gri/#.Xx_yz1VKiUI> Acesso em: 21 jul. 2021

HONDA - **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em http://hondabr.prod.acquia-sites.com/sites/cbw/files/sustentabilidade/_2019_09_24_Honda_RAS2018_portugues. Acesso em 15/01/2020

TRIUNFO - **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em <https://www.triunfo.com/wp-content/uploads/sites/140/2019/06/Triunfo-RA18-190530>. Acesso em 15/01/2020

3M - **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em <https://multimedia.3m.com/mws/media/1092205O/relatorio-anual-de-sustentabilidade>. Acesso em 15/01/2020

COCA-COLA - **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em <https://www.cocacolabrasil.com.br/content/dam/journey/br/pt/pdf/relatorio-de-sustentabilidade-coca-cola-brasil-2018>. Acesso em 15/01/2020

WEG - **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em <https://ri.weg.net/informacoes-financeiras/relatorios-anuais/>. Acesso em 15/01/2020

WHIRLPOOL- **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em <https://www.whirlpool.com.br/pagina/relatorio-de-sustentabilidade/>. Acesso em 15/01/2020

CPqD/ Tópico, Sistemas e telecomunicações da Amazônia - **Relatório de Sustentabilidade GRI**. Disponível em <https://www.cpqd.com.br/wp-content/uploads/2019/07/relatorio-anual-cpqd-2018>. Acesso em 15/01/2020