

CADERNOS EBAPE.BR

Cadernos EBAPE.BR

ISSN: 1679-3951

Fundação Getúlio Vargas, Escola Brasileira de
Administração Pública e de Empresas

Inocência, Ewerton Roberto; Favoreto, Ricardo Lebbos
Distorções comunicativas em relatórios de sustentabilidade:
uma análise pautada no pensamento habermasiano
Cadernos EBAPE.BR, vol. 20, núm. 4, 2022, Julho-Agosto, pp. 543-556
Fundação Getúlio Vargas, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas

DOI: <https://doi.org/10.1590/1679-395120210171>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323272652010>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UABEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Distorções comunicativas em relatórios de sustentabilidade: uma análise pautada no pensamento habermasiano

EWERTON ROBERTO INOCÊNCIO ¹

RICARDO LEBBOS FAVORETO ¹

¹ UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA (UEL) / PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, LONDRINA – PR, BRASIL

Resumo

Relatórios de sustentabilidade constituem meios de expressão do que organizações entendem por sustentabilidade. Visões críticas têm apontado para um possível uso manipulativo das práticas de relato. A presente pesquisa, baseando-se no pensamento de Jürgen Habermas, aplica a noção de distorção comunicativa para analisar relatórios de sustentabilidade de 4 corporações listadas na carteira ISE 2020, perscrutando, para isso, distorções de 4 ordens: verdade, sinceridade, legitimidade e inteligibilidade. Os resultados alertam para o risco de que os relatórios instrumentalizem a ideia de sustentabilidade, nela imprimindo a visão corporativa. Tal modo de proceder, relevando o entendimento mútuo, retira a sustentabilidade do âmbito discursivo (habermasiano), esvaindo-a de sentido.

Palavras-chave: Relatório de sustentabilidade. Distorção comunicativa. Habermas.

Communicative distortions in sustainability reports: an analysis based on Habermasian thinking

Abstract

Sustainability reports are ways of expressing what organizations understand by sustainability. Critical perspectives have pointed to the possible manipulative use of reporting practices. Based on Jürgen Habermas' thought, this research applies the notion of communicative distortion to analyze sustainability reports of 4 corporations listed in the ISE 2020 portfolio, scrutinizing distortions of 4 orders: truth, sincerity, legitimacy, and intelligibility. The results alert to the risk that the reports can instrumentalize the idea of sustainability, printing the corporate vision on it. This way of proceeding, dismissing mutual understanding, removes sustainability from the discursive (Habermasian) scope, draining it of meaning.

Keywords: Sustainability reports. Communicative distortion. Habermas.

Distorsiones comunicativas en informes de sostenibilidad: un análisis basado en el pensamiento habermasiano

Resumen

Los informes de sostenibilidad son formas de expresar lo que las organizaciones entienden por sostenibilidad. Las perspectivas críticas han señalado un posible uso manipulador de las prácticas narrativas. Esta investigación, basada en el pensamiento de Jürgen Habermas, aplica la noción de distorsión comunicativa para analizar los informes de sostenibilidad de cuatro corporaciones que figuran en la cartera de ISE 2020. Se investigan distorsiones de cuatro órdenes: verdad, sinceridad, legitimidad e inteligibilidad. Los resultados alertan sobre el riesgo de que los informes puedan instrumentalizar la idea de sostenibilidad, imprimiendo en ella la visión corporativa. Este procedimiento, que descarta el entendimiento mutuo, sustrae la sostenibilidad del ámbito discursivo (habermasiano) privándola de significado.

Palabras clave: Informes de sostenibilidad. Distorsión comunicativa. Habermas.

INTRODUÇÃO

A prática do relato de sustentabilidade como parte da prestação de contas do desempenho organizacional é um dos meios pelos quais o mundo corporativo constrói aquilo que entende por sustentabilidade (Livesey & Kearins, 2002; Milne, Kearins, & Walton, 2006).

Enquanto se destacam progressos nessa prática nos últimos anos, também se aponta para o risco de serem os relatórios utilizados como peças retóricas, destinados mais a promover os interesses das corporações do que a fornecer informações adequadas para a avaliação dos seus desempenhos em matéria de sustentabilidade (Boiral, 2013; Milne, 2005; Silva, Reis, & Amâncio, 2014). Segundo Tregidga, Milne, e Kearins (2015), pesquisas reflexivas e de viés crítico sobre relatórios corporativos são necessárias para impedir o fechamento do campo discursivo do desenvolvimento sustentável e da sustentabilidade numa concepção hegemônica fortemente influenciada pelas corporações, que podem moldar tais conceitos em favor próprio.

O pensamento do filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas se apresenta como um caminho para a exercitação da reflexão crítica de fenômenos do mundo corporativo. Para Alvesson e Deetz (2010), a perspectiva habermasiana busca recuperar um entendimento mais amplo da racionalidade e superar a comunicação distorcida. Trata-se, como aponta Forester (1994, 2003), de uma sociologia fundamentada, interpretativa e politicamente crítica. De acordo com o autor, a aplicação da noção de distorção comunicativa, inscrita no bojo da teoria do agir comunicativo, nos auxilia a explorar situações concretas de comunicação, fluxos reais de ação que remodelam crenças, consentimento, confiança e atenção.

Em consonância com a proposta, pesquisadores vêm aplicando a noção de distorção em análises inscritas em contextos variados, como situações de comunicação organizacional relacionadas com tecnologia de aprendizagem (Cukier, Middleton, & Bauer, 2003), planejamento urbano (Forester, 2003), sistema de informação (Cukier, Bauer, Middleton, & Ngwenyama, 2009), comunicação da gestão (Vizeu & Cicmanec, 2013), equidade e diversidade (Cukier et al., 2016). Carece-se, no entanto, de pesquisas que relacionem diretamente distorção comunicativa e sustentabilidade. É com o intuito de contribuir para o estreitamento dessa lacuna que o presente artigo objetiva aplicar a ideia de distorção comunicativa para analisar relatórios de sustentabilidade emitidos por empresas listadas na carteira ISE 2020 e, em movimento quase irremissível, as implicações decorrentes de distorções.

Perscrutam-se, para tanto, os 4 pressupostos pragmáticos aludidos por Habermas na teoria do agir comunicativo: inteligibilidade, verdade, sinceridade e legitimidade (Habermas, 2012a, 2012b). As análises se dirigem a relatórios de 4 empresas: Energias de Portugal (EDP), Light, Natura e Petrobras. Verificam-se distorções em todas as dimensões, em todos os relatórios, o que conduz ao alerta de que a comunicação sobre sustentabilidade vem sendo praticada de forma a obstar aquilo que possibilitaria, algo que, nos termos habermasianos, é referido como ação comunicativa. Aponta-se para a primordialidade, caso se pretenda granjear um estado de comunicação com potencial emancipatório, de inscrever a prática do relato num horizonte normativo renovado.

SUSTENTABILIDADE E A PRÁTICA DO RELATO POR ORGANIZAÇÕES

O conceito de sustentabilidade não é unívoco nem sua associação ao ideal de desenvolvimento é isenta de críticas. Polissemia, vagueza, ambiguidade, ilusão, confusão e contradição mantêm-se atreladas à ideia de sustentabilidade (Hopwood, Mellor, & O'Brien, 2005; Michelsen, Adombent, Martens, & Hauff, 2016). A sustentabilidade é um conceito em disputa e segue sendo construído por diferentes atores, abordagens e áreas do saber (Feil & Schreiber, 2017; Landrum, 2017).

No meio corporativo, prevalece uma percepção alinhada com o conceito de desenvolvimento sustentável proposto por Brundtland (1987), marcado por sua tridimensionalidade – ambiental, social e econômica –, também designada por *triple bottom line* (Antolin-Lopez, Delgado-Ceballos, & Montiel, 2016; Rego, Cunha, & Polónia, 2017; Tregidga et al., 2015). Conforme relembram Schalteger, Hansen, e Spitzack (2016), questões ecológicas ganharam maior relevo para as organizações após vários acidentes ambientais ocorridos nas décadas de 1980 e 1990 e após o desenvolvimento de sistemas de gestão, certificações e premiações que estimularam a conscientização ambiental e social.

O envolvimento das organizações com a sustentabilidade se opera, entre outras atividades, por relatos que reportam questões que transcendem informações financeiras (Milne & Gray, 2012). A globalização – e o correspondente substancial incremento dos fluxos comunicativos – e a aproximação de *stakeholders* acompanham a crescente aplicação em justificar impactos ambientais e socioeconômicos das atividades organizacional perante a sociedade (Silva et al., 2014). Pelo relato, prestam-se contas e busca-se evidenciar o caráter sustentável da empresa. Como diz Boiral (2013, p. 1038), um dos principais objetivos desses informativos é “ajudar as empresas a prestar contas a várias partes interessadas, atender às suas expectativas e demonstrar conformidade com os padrões de sustentabilidade”. Como complementam Milne e Gray (2012), no entanto, “pode muito bem ser que o que emerge do desenvolvimento de relatórios de negócios reflita tanto como a organização entende como deseja entender a sustentabilidade” (Milne & Gray, 2012, pp. 16-17). Na visão crítica de Vizeu, Meneghetti, e Seifert (2012, p. 580), “para as organizações ou intelectuais que se apropriam das concepções de sustentabilidade, o que importa é encaixá-las dentro dos contextos e dos discursos que atendam aos seus interesses pragmáticos”.

Um apanhado de imagens, ligadas pelas corporações à ideia de sustentabilidade, dá mostra do modo como elas a entendem: a de organizações transparentes, responsáveis, cuidadosas, humanas, bem-intencionadas (Livesey & Kearins, 2002); comprometidas com o desenvolvimento sustentável; capazes de mensurar e gerenciar em direção ao ideal; suficientemente equilibradas para atender a interesses conflitantes (Milne, 2005); em jornada rumo à sustentabilidade (Milne et al., 2006); preservadoras da natureza, promotoras de bem-estar social – com foco notável nas gerações futuras – e atentas às partes interessadas, adeptas à ciência e à tecnologia para o solucionamento de problemas (Boiral, 2013).

Depreende-se, assim, que as corporações participam da construção do conceito de sustentabilidade. Vizeu et al. (2012) chegam a conceber a sustentabilidade como discurso necessário e útil, a legitimar práticas de empresas e “intelectuais” a serviço dos interesses das elites econômicas ligadas ao sistema de capital. Deve-se atentar, em face disso, para os riscos do uso retórico do termo, muitas vezes marcado por alegorias e repetições. O que está em jogo é a legitimação social das organizações empresariais, afinal há um mundo ameaçado em função da atuação corporativa e o risco de que a legitimação abra espaço para que a atuação siga, ao menos estruturalmente, pautada na mesma lógica porque sempre se conduziu.

O AGIR COMUNICATIVO E A NOÇÃO DE DISTORÇÃO COMUNICATIVA

Objetivando superar a aporia do bloqueio estrutural oposto à emancipação – à qual seus antecessores chegaram por reduzirem a racionalidade à forma instrumental –, Habermas mobiliza o conceito de razão comunicativa. A empreitada toma parte num projeto de alta envergadura, minutado ainda na década de 1960, em *Técnica e ciência como “ideologia”* (Habermas, 2014), obra que contém, entre outros, o notório ensaio “Trabalho e interação”, no qual o filósofo alemão, recuperando discussões hegelianas e marxistas, reconstrói conceitos e entabula a redefinição da ideia de razão. O projeto atinge o cume em 1981, com a publicação dos dois volumes de *Teoria do agir comunicativo*, nos quais a diáde “trabalho/interação” ganha contornos deveras sofisticados, já sob novas rubricas. Com base nela, sobretudo em 3 importantes obras, Habermas se detém sobre os 3 tradicionais elementos da razão prática: em *Consciência moral e agir comunicativo*, a ética/moral (Habermas, 2003); em *A inclusão do outro*, a política (Habermas, 2018); e em *Direito e democracia*, o direito (Habermas, 2020).

Já nos escritos da década de 1960, Habermas atenta para a emergência de um tipo de comportamento qualificado por ele como “apenas o reverso da dissolução da esfera de interação linguisticamente mediada sob a pressão da estrutura de ação racional com respeito aos fins” (Habermas, 2014, p. 112). O autor, como ele próprio explica adiante, se preocupa com o desaparecimento da consciência humana da diferença entre ação racional com respeito a fins e interação, que reforçaria – o qual os frankfurtianos da primeira geração enxergaram como instrumentalizada e, assim, bloqueadora da emancipação –, dismantela a correspondência estrita entre racionalização social e a difusão de um agir racional teleológico, movendo o ponto de referência para o potencial de racionalidade voltado à base de validade da fala, que, para Habermas, jamais se tornara de todo inativo (Habermas, 2012a).

A racionalidade instrumental, para o autor, “traz consigo conotações de uma autoafirmação exitosa, que se vê possibilitada pela adaptação inteligente às condições de um meio contingente e pela disposição informada dessas mesmas condições” (Habermas, 2012a, p. 35). Trata-se de racionalidade que insufla o cálculo, a utilidade, a maximização do proveito. A ela se liga uma ação do tipo estratégico, comum à dimensão sistêmica da sociedade, que inclui a esfera estatal – que orbita em torno

do poder – e o mercado (do dinheiro), em que se reduzem a imprevisibilidade e a agência do sujeito, dada a organização burocrática do sistema, para cumprimento de fins estabelecidos (Alcântara & Pereira, 2017).

A racionalidade comunicativa, por outro lado, é permeada pela força unitiva e geradora de consenso da argumentação, pela qual os participantes buscam superar “suas concepções inicialmente subjetivas para então, graças à concordância de convicções racionalmente motivadas, assegurar-se ao mesmo tempo da unidade do mundo objetivo e da intersubjetividade de seu contexto vital” (Habermas, 2012a, pp. 35-36). A ação a ela ligada é a comunicativa: “Os atores buscam um entendimento sobre a situação da ação para, de maneira concordante, coordenar seus planos de ação e, com isso, suas ações” (Habermas, 2012a, p. 166). Essa ação é própria à dimensão do mundo da vida, constituído como “uma reserva de padrões de interpretação, organizados linguisticamente e transmitidos culturalmente” (2012b, p. 228). A linguagem é elevada ao primeiro plano.

A argumentação, todavia, só pode funcionar como mecanismo coordenador de ação se os participantes interagentes reconhecerem as pretensões de validade reciprocamente exteriorizadas. É o que se denomina pragmática universal – ou, como também denominado por Habermas, pragmática formal –,¹ pela qual se identificam e reconstróem as condições universais do entendimento mútuo. A não conformidade com tal pragmática caracteriza distorção comunicativa, da qual resulta o entendimento enganoso (Cukier et al., 2003; Cukier et al., 2009; Cukier et al., 2016; Forester, 1994, 2003; Habermas, 2012a, 2012b; Vizeu & Matitz, 2013a; Vizeu & Cicmanec, 2013). Enumeram-se 4 pretensões de validade: inteligibilidade, verdade, legitimidade e sinceridade.

A inteligibilidade implica que o enunciado deve ser inteligível ao ouvinte; a verdade, que o enunciado deve se basear em verdade factual; a legitimidade, que o enunciado deve ser correto no contexto normativo vigente; e a sinceridade, que o enunciado deve expressar aquilo que o falante pensa. A capacidade de perceber tal estrutura e interpretá-la é quase intuitiva. Como escreve Forester (2003), “frequentemente somos capazes de interpretar todos os quatro níveis de tais reivindicações práticas simultaneamente e quase pré-reflexivamente” (Forester, 2003, p. 54). Garzía-Marzá (2005) advoga que se trata de condições contrafactuais, ideais, uma vez que não se cumprem de fato nas situações reais de diálogo, mas ao mesmo tempo são operantes, pois a supomos suficientemente cumpridas.

A análise de distorções comunicativas por meio dos pressupostos pragmáticos habermasianos consiste num meio empírico para a investigação da micropolítica das interações. Forester (1994) argumenta que entender a ação sob o prisma da ação comunicativa permite visualizar as organizações como estruturas comunicativas complexas, que se autorreproduzem e fazem exigências quanto à clareza, à veracidade, à legitimidade e à sinceridade, produzindo crenças, consentimento, confiança e atenção daqueles com quem interagem. As distorções indicam desvios normativos, que comprometem o diálogo sobre o desempenho sustentável das corporações, inibem a racionalidade comunicativa e dão vazão à racionalidade instrumental, o que pode retirar da sustentabilidade qualquer sentido.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Selecionaram-se para análise os 4 relatórios elaborados segundo o padrão GRI (*Global Reporting Initiative*) abrangente emitidos por último por empresas figurantes da carteira ISE 2020. Comparado com o padrão essencial, o abrangente prevê a divulgação de informações em maior número e detalhamento (Global Reporting Initiative [GRI], 2016). As unidades de análise foram compostas de relatórios das empresas EDP, Light, Natura e Petrobras, que, juntos, somam 915 páginas. Para análise dos dados, empregou-se análise de conteúdo, seguindo-se 3 etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento de resultados, inferência e interpretação (Bardin, 2011; Gomes, 2009).

¹ Em *Verdade e justificação* (Habermas, 2004), por exemplo, publicado originalmente em 1999, Habermas intitula a seção I como “Da hermenêutica à pragmática formal”. A pragmática universal ou formal visa ao entendimento intersubjetivo, à coordenação das ações, voltando-se prioritariamente para a competência comunicativa, para as condições de produção de um entendimento possível.

Quadro 1
Etapas da análise de conteúdo da pesquisa

Etapa	Procedimento realizado	Resultados
Pré-análise	Leitura flutuante dos relatórios produzidos no ano (30 empresas de 15 setores)	Visão de conjunto dos documentos.
	Escolha dos relatórios a serem analisados	Definição da unidade de análise: escolha dos relatórios classificados como abrangentes. Quatro relatórios de sustentabilidade preencheram esse critério.
	Definição dos segmentos dos relatórios a serem analisados	Aplicação de perguntas considerando os pressupostos pragmáticos de inteligibilidade, verdade, legitimidade e sinceridade.
	Definição das classificações iniciais	Classificação inicial definida segundo as possíveis formas de distorção comunicativa: inteligibilidade, verdade, legitimidade e sinceridade.
Exploração do material	Identificação de possíveis distorções de verdade e legitimidade	Identificação de argumentos e evidências para verificar possíveis distorções de verdade. Identificação de eventuais rompimentos com os 10 princípios fundamentais do GRI para verificar possíveis distorções de legitimidade.
	Identificação de possíveis distorções de sinceridade e legitimidade	Identificação de segmentos veiculadores de metáforas, palavras conotativas, jargões e erros sintáticos ou semânticos para verificar possíveis distorções de sinceridade e inteligibilidade. Utilização de ferramentas visuais e tabelas do <i>software</i> MAXQDA para suporte na análise das distorções.
Tratamento dos resultados	Tratamento, inferência e interpretação	Interpretações fundadas nos pressupostos teóricos e nos dados encontrados.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para formular as perguntas, tomaram-se por base pesquisas que também se valeram da noção de distorção comunicativa para a análise de dados (Cukier et al., 2003; Cukier et al., 2009; Cukier et al., 2016; Forester, 1994, 2003; Vizeu & Cicmanec, 2013). De acordo com cada um dos pressupostos pragmáticos, foram elas as que seguem:

- **Inteligibilidade:** Há frases ou palavras incompreensíveis? Há detalhamento oneroso, erros sintáticos ou semânticos e/ou uso de jargões?
- **Verdade:** Os enunciados sobre os impactos positivos e negativos gerados pela atuação sustentável da empresa são suportados pelas evidências fornecidas? Há omissão de informações relevantes?
- **Legitimidade:** Os relatórios atendem às normas e aos valores que reivindicam? Especificamente, correspondem aos princípios de relato de conteúdo e qualidade estabelecidos pelo GRI 101?
- **Sinceridade:** Há enunciados que empregam metáforas ou palavras conotativas para se referir à atuação sustentável da empresa? Metáforas e palavras conotativas promovem ou suprimem a compreensão?

A identificação de segmentos representativos das distorções foi operacionalizada manualmente. Utilizou-se o MAXQDA para organizar os dados, que emergiram em extenso volume, pela codificação dos segmentos significativos para a pesquisa. Ferramentas de análise disponibilizadas pelo *software* foram empregadas para suportar a análise das distorções de inteligibilidade e sinceridade.

DISTORÇÕES COMUNICATIVAS NOS RELATÓRIOS

Distorções de Verdade

As distorções de verdade dizem respeito ao não atendimento do pressuposto pragmático que estabelece, como condição para o entendimento de um enunciado, sua correspondência factual ao mundo objetivo (Habermas, 2012a, 2012b). Esse tipo de distorção pode ser avaliado analisando-se os benefícios e os malefícios apresentados em torno de uma temática – se informações importantes são apontadas e se as evidências nas quais se apoiam a argumentação são suficientes e claras (Cukier et al., 2003; Cukier et al., 2009; Cukier et al., 2016; Forester, 1994; Vizeu & Cicmanec, 2013). Por um processo iterativo de

análise, buscou-se primeiro identificar afirmações sobre aspectos positivos e negativos referentes à sustentabilidade da corporação relatora e, depois, releu-se o material, visando identificar evidências que abalassem ou contradissem tais afirmações.

Muitas vezes, distorções de verdade se associam à exacerbação de impactos positivos pela corporação. Por exemplo, no que tange ao desempenho em questões éticas, a EDP afirma que “um dos valores da cultura EDP é a confiança, a qual é reconhecidamente fundada na solidez do desempenho ético” (EDP, 2020, p. 125), e, na página seguinte, defende o envidamento de esforços numa “atuação organizacional que não só minimize o risco de ocorrência de más práticas éticas, mas também garanta o tratamento célere e efetivo das ocorrências, num quadro de conformidade, transparência e melhoria contínua” (EDP, 2020, p. 126). Contudo, pela sequência do relatório, nota-se que os termos “solidez” e “melhoria contínua” são um pouco carregados para o relatório. As reclamações éticas em 2019 aumentaram 26,5% em relação a 2018. Registraram-se 588 contatos provenientes de *stakeholders*, dos quais 150 foram apresentados ao Comitê de Ética e os demais, tratados pelas unidades de negócio envolvidas. A EDP relatou sinteticamente apenas o teor das reclamações apresentadas ao Comitê (150). A maior parte (111) está relacionada com “negligência ou desrespeito”, seguida por “corrupção e suborno” (11).

A Petrobras se apresenta de forma parecida: “Por meio de um esforço contínuo, temos buscado um modelo de governança efetivo, ético e transparente (Petrobras, 2020, p. 45). Adiante, o relato postula: “Desenvolvemos nossa atividade em conformidade com as leis e os regulamentos vigentes, além de cumprirmos nossas próprias regras, normas e procedimentos internos baseados nas melhores práticas de mercado” (Petrobras, 2020, p. 61). A empresa recebeu, contudo, diversas denúncias relativas à ética – os dois primeiros grupos, respectivamente correspondentes a 37% e 35%, sobre violência no trabalho (855) e fraude e corrupção (807). Além disso, recebeu diversas sanções judiciais, com valores individuais que chegam a 75 milhões de reais. Ambos os exemplos contestam a conformidade regulatória de suas atividades, objeto de uma afirmação que se fragiliza diante dos dados.

Já a Natura, da página 114 a 122, se esforça em apresentar as reduções de carbono, total e por âmbitos (1, 2 e 3), destacando ser “uma empresa carbono neutro, que compensa todas as emissões de gases de efeito estufa (GEE) que não pode evitar” (Natura, 2020, p. 114). Vale questionar, diante disso, em que reside o maior esforço da companhia: se em reduzir ou em compensar. A empresa declara estar atrasada em relação à meta de diminuir, para o ano de 2020, 33% das emissões relativas de carbono em relação a 2012. Passados 7 anos, apresenta uma redução acumulada de apenas 1,2%. Caberia averiguar se a compensação se destina apenas a emissões que não se podem evitar ou também a reduções que poderiam estar em curso, mas não estão.

A Light, por sua vez, afirma ser uma empresa que “leva muito a sério o desafio de prestar o melhor atendimento possível a seus clientes” (Light, 2020, p. 64), não só por manter os indicadores DEC e FEC abaixo das metas do setor, “mas também [por] aprimorar continuamente a forma como se relaciona com eles e os canais que coloca à disposição (Light, 2020, p. 64). Parece haver controvérsias, no entanto, quanto à qualidade dos serviços e ao aprimoramento contínuo das relações com o cliente. A satisfação deles com os serviços prestados reduziu em 2 pesquisas conduzidas pelos principais órgãos do setor: a Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (Abradee) e a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) (Light, 2020). Nas pesquisas realizadas pela Aneel, o indicador não ultrapassou 60% nos últimos 3 anos. Além disso, a empresa acumula um alto montante de judicialização. Mesmo reduzindo o estoque final de processos em 1,4%, ainda soma 21,3 mil demandas. No que se refere às ações judiciais movidas por clientes, “em 2019, as principais matérias que foram objeto de ações judiciais tinham como motivo irregularidade, faturas, interrupção e abertura de contrato” (Light, 2020, p. 62).

Outras vezes, as distorções se associam à falta de detalhamento dos impactos negativos. Observa-se que as corporações não dedicam tantas páginas (e talvez esforço) para descrevê-los como fazem para os impactos positivos. Um exemplo interessante pode ser visto quando a Petrobras anuncia os resultados da avaliação cultural realizada entre 2018 e 2019, destacando que 63% dos participantes veem como os melhores pontos da cultura organizacional “a nossa competência técnica, os nossos profissionais, nosso comprometimento, nosso companheirismo e o orgulho que temos por essa empresa” (Petrobras, 2020, p. 39). Na sequência, o relato traz: “Por outro lado, esse diagnóstico revelou alguns aspectos culturais que precisam ser aprimorados, de maneira a promover a meritocracia, o foco em resultados, a atuação integrada, a inovação e a superação de desafios” (Petrobras, 2020, p. 39). A empresa não menciona quais ou quantos seriam os aspectos que precisam de melhoria nem a proporção dos respondentes que apontaram esses itens. Ao contrário, anuncia mais uma lista de impactos positivos que a melhoria nesses aspectos desconhecidos poderia gerar.

Distorções de sinceridade

Na presente pesquisa, entende-se por metáfora a “figura de linguagem em que uma palavra que denota um tipo de objeto ou ação é usada em lugar de outra, de modo a sugerir uma semelhança ou analogia entre elas” (Metáfora, 2021). Trata-se de palavras que evocam significados não literais. Diversas foram as metáforas encontradas nos relatórios. Presentes nos 4 relatórios, representando 75% das metáforas, destacam-se: “combate” (129 frases), “desafio” (105 frases), “transparência” (95 frases), “digitalização” (60 frases), “igualdade” (58 frases) e “jornada” (46 frases). As relações entre metáforas e as ideias em torno delas foram perscrutadas com apoio da organização de nuvens de palavras.

The image contains three word clouds in Portuguese. The top cloud features the word 'combate' (fight) as the largest, surrounded by terms like 'transparência' (transparency), 'ética' (ethics), 'corrupção' (corruption), 'informações' (information), 'ações' (actions), 'respeito' (respect), 'clientes' (clients), 'segurança' (security), 'comunicação' (communication), 'fiscal' (fiscal), 'integridade' (integrity), 'responsabilidade' (responsibility), 'confiança' (trust), 'governança' (governance), 'produtos' (products), 'compromisso' (commitment), 'negócios' (business), 'origem' (origin), 'empresas' (companies), 'política' (politics), 'sociedade' (society), 'relação' (relationship), 'princípios' (principles), 'promoção' (promotion), 'stakeholders', 'forma' (form), 'públicos' (public), 'transparente' (transparent), 'todos' (all), 'mercado' (market), 'ambiente' (environment), 'cada' (each), 'interesses' (interests), 'colaboradores' (collaborators), 'informação' (information), 'sobre' (about), 'valores' (values), 'relações' (relationships), 'ativos' (assets), 'gestão' (management), 'temas' (topics), 'práticas' (practices), 'fornecedores' (suppliers), 'relacionamento' (relationship), 'climáticas' (climate), 'climáticas' (climate), 'controles' (controls), 'objetivo' (objective), 'ações' (actions), 'riscos' (risks), 'fornecedores' (suppliers), 'mudanças' (changes), 'ética' (ethics), 'rede' (network), 'sobre' (about), 'gestão' (management), 'combater' (fight), 'mulher' (woman), 'empresas' (companies), 'empregados' (employees), 'política' (politics), 'riscos' (risks), 'maior' (greater), 'direitos' (rights), 'alterações' (changes), 'equipes' (teams), 'compromisso' (commitment), 'negócios' (business), 'integridade' (integrity), 'empresa' (company), 'trabalho' (work), 'perda' (loss), 'fraude' (fraud), 'redução' (reduction), 'energia' (energy), 'pacto' (pact), 'climáticas' (climate), 'colaboradores' (collaborators), 'enfrentamento' (confrontation), 'contra' (against), 'prevenção' (prevention), 'humanos' (human), 'energética' (energetic), 'auditoria' (audit), 'atividade' (activity), 'controle' (control), 'ambiente' (environment), 'internos' (internal), 'violência' (violence), 'corrupção' (corruption).

The middle cloud features the word 'igualdade' (equality) as the largest, surrounded by terms like 'oportunidades' (opportunities), 'ações' (actions), 'compromisso' (commitment), 'respeito' (respect), 'fornecedores' (suppliers), 'trabalho' (work), 'gênero' (gender), 'diversidade' (diversity), 'colaboradores' (collaborators), 'facilidade' (ease), 'inclusão' (inclusion), 'vida' (life), 'cultura' (culture), 'ambiente' (environment), 'diferenças' (differences), 'especial' (special), 'mulheres' (women), 'pessoas' (people), 'empresarial' (corporate), 'desigualdades' (inequalities), 'promoção' (promotion), 'gênero' (gender), 'equidade' (equity), 'promover' (promote), 'empresas' (companies), 'política' (politics), 'fórum' (forum), 'palmares' (palms), 'prêmio' (prize), 'racial' (racial), 'discriminação' (discrimination), 'zumbi' (Zumbi), 'emprego' (employment), 'raça' (race), 'decente' (decent), 'plano' (plan), 'acesso' (access), 'associação' (association), 'compromissos' (commitments), 'iniciativa' (initiative), 'desenvolvimento' (development), 'crescimento' (growth), 'princípios' (principles), 'econômica' (economic), 'petróleas' (petroleum), 'responsabilidade' (responsibility), 'conciliação' (conciliation).

The bottom cloud features the word 'transparência' (transparency) as the largest, surrounded by terms like 'ética' (ethics), 'corrupção' (corruption), 'informações' (information), 'ações' (actions), 'respeito' (respect), 'clientes' (clients), 'segurança' (security), 'comunicação' (communication), 'fiscal' (fiscal), 'integridade' (integrity), 'responsabilidade' (responsibility), 'confiança' (trust), 'governança' (governance), 'produtos' (products), 'compromisso' (commitment), 'negócios' (business), 'origem' (origin), 'empresas' (companies), 'política' (politics), 'sociedade' (society), 'relação' (relationship), 'princípios' (principles), 'promoção' (promotion), 'stakeholders', 'forma' (form), 'públicos' (public), 'transparente' (transparent), 'todos' (all), 'mercado' (market), 'ambiente' (environment), 'cada' (each), 'interesses' (interests), 'colaboradores' (collaborators), 'informação' (information), 'sobre' (about), 'valores' (values), 'relações' (relationships), 'ativos' (assets), 'gestão' (management), 'temas' (topics), 'práticas' (practices), 'fornecedores' (suppliers), 'relacionamento' (relationship), 'climáticas' (climate), 'controles' (controls), 'objetivo' (objective), 'ações' (actions), 'riscos' (risks), 'fornecedores' (suppliers), 'mudanças' (changes), 'ética' (ethics), 'rede' (network), 'sobre' (about), 'gestão' (management), 'combater' (fight), 'mulher' (woman), 'empresas' (companies), 'empregados' (employees), 'política' (politics), 'riscos' (risks), 'maior' (greater), 'direitos' (rights), 'alterações' (changes), 'equipes' (teams), 'compromisso' (commitment), 'negócios' (business), 'integridade' (integrity), 'empresa' (company), 'trabalho' (work), 'perda' (loss), 'fraude' (fraud), 'redução' (reduction), 'energia' (energy), 'pacto' (pact), 'climáticas' (climate), 'colaboradores' (collaborators), 'enfrentamento' (confrontation), 'contra' (against), 'prevenção' (prevention), 'humanos' (human), 'energética' (energetic), 'auditoria' (audit), 'atividade' (activity), 'controle' (control), 'ambiente' (environment), 'internos' (internal), 'violência' (violence), 'corrupção' (corruption).

A metáfora do “combate” foi, no conjunto, dominante. Ela mantém afinidade com variações, como “enfrentamento” e “luta”. Em geral, associa-se a “perda de energia” (Light, 2020), “corrupção” (Petrobras, 2020) e “alterações climáticas” (EDP, 2020; Natura, 2020). Relações semelhantes se encontram no uso da metáfora do “desafio”, a segunda mais usada. Para a

EDP e a Natura, o principal desafio se liga às alterações climáticas; para a Light, à perda de energia, junto com relacionamento com o cliente. A Petrobras usa a metáfora principalmente em associação com a capacidade de superar adversidades.

Ambas as metáforas sinalizam a dificuldade de atingir a sustentabilidade e conferem às corporações certa heroicidade. A imagem transmitida remete a batalhas desafiadoras, nas quais as corporações enfrentam males que afetam suas sustentabilidades. Essa espécie de “canção de gesta” não se coaduna, no entanto, com o estado geral de coisas. Há vitórias e derrotas a relatar, o que não se faz de forma equilibrada. As corporações, em geral, narram com muito mais ênfase suas vitórias do que suas derrotas, transmitindo a ideia de não serem estas tão relevantes quanto aquelas.

Por exemplo, nenhuma das frases sobre combate e desafio em relação às alterações climáticas enunciadas por EDP ou Natura remete à falha dessas empresas na redução de emissões – quanto à EDP, nos âmbitos 2 e 3 (EDP, 2020); quanto à Natura, no da meta de redução de 33% em relação a 2012 (Natura, 2020). A Light, por sua vez, quando se coloca em combate ou desafio, não menciona as perdas de energia que, embora estabilizadas no fim de 2019, são maiores do que as registradas no mesmo período do ano anterior e que, ao menos desde 2018, estão acima do limite regulatório 2020). Nem a Petrobras menciona, nos segmentos sobre combates e desafios referentes à corrupção, as 807 denúncias sobre fraude e corrupção, das quais 86 foram consideradas de alto risco ou de muito alto risco (Petrobras, 2020). Os fracassos devem ser assumidos naturalmente. A sensação com que se fica é a de que, sendo a sustentabilidade um estado difícil de alcançar, é razoável que se aceitem perdas. O desequilíbrio manifestado no realce de conquistas e na amenização de derrotas se conecta com a terceira metáfora mais recorrente: “transparência”.

A transparência é relacionada com temas variados: fiscal, informações sobre produtos, comunicação, modelos de governança e, principalmente, relacionamento com *stakeholders* (32,63% dos segmentos). A ideia de sustentabilidade para as corporações se liga fortemente à transparência. Os próprios relatórios de sustentabilidade são uma forma de transparecer. Daí configurar um contrassenso pecar nos relatórios em transparência, apresentando falhas que obstem a apreensão consequente do desempenho corporativo em matéria de sustentabilidade. Livesey e Kearins (2002) atentam para a possibilidade de reconstruir a realidade de forma manipulativa pela transparência. Organizações podem se valer de relatórios para recriar imagens, transparecendo o que agrada e amenizando o que não agrada. Relatórios de sustentabilidade tendem a reforçar a face sustentável das corporações.

Quarta mais utilizada, a metáfora da “digitalização” evoca a crença na tecnologia como meio para alcançar a sustentabilidade. Ela remete à discussão, ainda pouco consequente, das versões fraca e forte da sustentabilidade – a capacidade de preencher, pela tecnologia, lacunas causadas no ambiente natural (Hopwood et al., 2005; Landrum, 2017). As corporações tendem a se aproximar do polo da sustentabilidade fraca, corroborando a proposta corrente de desenvolvimento sustentável. O uso da metáfora não se dá, pois, sem razão. Representa adesão à concepção de que o capital natural é substituível por capitais de outras espécies. A digitalização expressa uma ideologia tecnocrática em relação à sustentabilidade.

A metáfora da “igualdade”, quinta do rol, se refere à promoção da diversidade por meio de uma “igualdade de oportunidades” para colaboradores, em especial igualdade de gênero focada em maior participação feminina. Contudo, entre as 4 empresas, somente a Natura apresenta um número mais expressivo de mulheres – 62% dos colaboradores (Natura, 2020). Desde 2016, a EDP teve acréscimo de 1% de mulheres em seu quadro, atingindo 25% em 2019 (EDP, 2020). A Light experimentou redução, de 22% em 2018 para 21% em 2019 (Light, 2020). Para a Petrobras, a questão é mais difícil, pois o ingresso de colaboradores ocorre via concurso público. Um indicativo pode ser colhido, no entanto, na composição qualitativa do quadro de pessoal. Em 2019, mulheres ocupavam 21% dos cargos de coordenadores e 12% das funções de gerente-geral. A própria empresa ressalta que a participação de mulheres em cargos gerenciais se manteve estável (Petrobras, 2020). Diante desses dados, aduz-se que “igualdade” é uma metáfora que torna ambígua a interpretação das ações das corporações, que, apesar de abrirem espaço para as mulheres, estão distantes – quiçá sem previsão – da consecução de igualdade de fato.

Aludindo à ideia de que as corporações têm progredido rumo à sustentabilidade, a metáfora da “jornada” é a sexta do rol. Essa é uma representação já analisada nas pesquisas de Milne (2005) e Milne et al. (2006). Conforme se infere delas e das análises realizadas, essa metáfora denota a imagem de ser principiante o envolvimento das corporações com a sustentabilidade, de modo a amenizar a responsabilidade por fracassos; de orientarem-se as corporações para um ponto final indefinido, por um destino relativamente vago, o que possibilita sempre progredir em relação ao estado anterior, sem que se conheça a distância para ponto de chegada. Essa metáfora mantém, assim, foco no processo, não no termo – uma ideologia de progresso infinito, que evita pôr em debate necessidades de alteração de curso.

Distorções de inteligibilidade

Distorções ocorrem também quando não se torna possível compreender o conteúdo do enunciado, o que fere o pressuposto pragmático de inteligibilidade (Habermas, 2012a; 2012b). Tais distorções se revelam na presença de jargões, termos não explicados, bem como no rompimento de regras semânticas e gramaticais que obstruem o compartilhamento de uma mesma linguagem entre os atores (Cukier et al., 2003; Cukier et al., 2009; Cukier et al., 2016; Forester, 1994). Entende-se como jargão uma “linguagem própria de um grupo profissional, sobretudo no nível lexical; gíria profissional” ou, ainda, “qualquer linguagem incompreensível, especialmente língua estrangeira” (Jargões, 2021). Na presente pesquisa, consideraram-se jargão termos profissionais, em particular aqueles ligados ao meio corporativo, em língua portuguesa ou estrangeira. Identificaram-se mais de 100 jargões. Destacam-se na figura seguinte aqueles presentes em pelo menos 3 relatórios.

Tabela 1
Principais jargões

Jargão	Segmentos codificados	Documentos	EDP	LIGT	NT	PETR	TOTAL
<i>Compliance</i>	80	4	22	12	7	39	80
Melhores práticas	57	4	19	6	12	20	57
Geração de valor	54	4	15	9	6	24	54
<i>Startups</i>	40	4	10	1	25	4	40
<i>Ebitda</i>	30	4	10	13	1	6	30
<i>Workshops</i>	15	4	9	1	3	2	15
<i>Stakeholders</i>	80	3	63	13	1	0	80
<i>Capex</i>	24	3	6	17	0	1	24
<i>Due diligence</i>	10	3	2	0	2	6	10
<i>Feedback</i>	9	3	3	1	5	0	9
<i>Opex</i>	6	3	4	1	0	1	6
<i>Machine learning</i>	5	3	3	0	1	1	5
<i>Roadshow</i>	4	3	2	1	0	1	4
TOTAL	414	45	168	75	63	105	404

Fonte: Elaborada pelos autores com auxílio do MAXQDA.

O jargão mais usado, *compliance*, aparece desacompanhado, ao menos no primeiro uso, de qualquer definição direta. Em princípio, ele é associado a um cargo ou setor (comitês, gerências e diretorias), a programas específicos conduzidos pelas corporações, à análise de riscos, a políticas internas e a questões éticas em geral. Vale lembrar que *compliance* é uma palavra de origem inglesa, assim como a maior parte dos jargões mencionados na tabela antecedente e que também não são acompanhados de uma definição direta. A despeito de relativamente disseminados no meio corporativo, não cabe preconizar que os *stakeholders* a quem os relatórios se dirigem tenham toda familiaridade com os jargões. É possível que muitos sejam alijados da comunicação.

Há também jargões em português, termos um tanto imprecisos, como “melhores práticas” e “geração de valor”. Dos 57 segmentos que consignam o primeiro jargão, em 46 a expressão é associada à outra que não a limita, mas que a torna mais vaga, indefinida – melhores práticas do mercado, da indústria ou do setor, internacionais. É difícil para o leitor entender quais são as práticas e quem as estabelece como as melhores. O recurso retórico serve à caracterização positiva da corporação, que, em tese, faz o que haveria de melhor no que atine à sustentabilidade.

Com relação ao jargão “geração de valor”, a não especificação do tipo de valor gerado faz que o uso da expressão seja permeado de ambiguidade, sobretudo no contexto de um discurso sobre sustentabilidade, no qual, além do valor econômico, tomam parte os valores social e ambiental. O jargão em uso inibe críticas referentes ao tipo de valor gerado e resguarda as

corporações da tradicional crítica dirigida à priorização do resultado financeiro. É notável também o desequilíbrio nas formas como se tratam impactos positivos e negativos. A despeito de apresentarem impactos negativos, não se fala em “desvalor”. A remissão única ao jargão “geração de valor” contribui para uma visão demasiado otimista das práticas corporativas.

Embora em quantidade reduzida, como é de esperar de documentos emitidos por organizações bastante relevantes no cenário nacional, foram igualmente encontradas distorções de inteligibilidade na dimensão da escrita, consubstanciadas em frases com erros de formulação. Além disso, em todos os relatórios se faz uso de abreviações – inclusive de palavras inglesas – desacompanhadas da palavra por extenso em seu primeiro emprego no texto ou ao longo do documento. Há também inconsistências entre iconográficos e suas descrições (EDP, 2020, p. 179).

Distorções de legitimidade

Distorções de legitimidade ocorrem quando um enunciado não se adequa ao contexto normativo vigente (Habermas, 2012a, 2012b). O contexto tomado como referência para análise das distorções se compõe das diretrizes do GRI – conjunto normativo seguido pelas corporações para a confecção dos relatórios. Dez princípios são essenciais para a qualidade dos relatórios, os chamados “princípios de relatório”. Eles se dividem em princípios de definição de conteúdo e princípios de definição de qualidade. Os primeiros são 4: inclusão dos grupos de interesse, contexto de sustentabilidade, materialidade e integridade. Os segundos, 6: precisão, equilíbrio, clareza, comparabilidade, fiabilidade e pontualidade.

Com relação à definição de conteúdo, nota-se um atendimento parcial. Segundo o GRI (2016, p. 12), um dos testes para verificação do critério de integridade é averiguar se “o relatório não omite informações relevantes que influenciam substancialmente as avaliações e decisões das partes interessadas, ou que refletem impactos econômicos, ambientais e sociais significativos”. As constatadas distorções de verdade por evidências insuficientes, especialmente quando configuradas na omissão de informações relevantes, influenciam a avaliação dos *stakeholders* sobre a sustentabilidade das corporações. Em geral, como notado, sobrevaloriza-se a capacidade de promover sustentabilidade, enquanto se circunscreve o detalhamento dos impactos negativos.

Estruturando os princípios do GRI como conjunto de padrões inter-relacionados (GRI, 2016, p. 3) – ou, como diz Boiral (2013), complementares e interdependentes –, o inadimplemento de um princípio pode comprometer os demais. Em situação de insuficiência tanto de informações que sustentem a alegação de impactos positivos quanto de parcimônia (ou mesmo omissão) no detalhamento de impactos negativos, como tornar completo o contexto de sustentabilidade? Em que medida a materialidade dos relatórios subsidiam as avaliações das partes interessadas? São as respostas devidas de fato respondidas? Note-se como distorções de verdade afrontam os princípios normativos – os de definição de conteúdo e os demais.

Correlações do tipo são diagnosticáveis também entre o princípio de integridade e os de precisão e equilíbrio. A inobservância do primeiro afeta de forma direta os outros dois. O princípio de integridade, segundo o GRI, se relaciona com a coleta e a apresentação de informações – esta, se “razoável e apropriada” (GRI, 2016, p. 12). A própria descrição do GRI, na mesma página, aponta para a relação entre os 3 princípios. Associando a precisão ao detalhamento das informações e o equilíbrio à imparcialidade na apresentação dos dados – revelando aos *stakeholders* positivities e negatividades –, distorções de verdade que impedem a realização do princípio de integridade desfavorecem o cumprimento dos princípios de precisão e equilíbrio.

O princípio de clareza, que exige a apresentação de informações de modo compreensível e acessível a contrapartes (GRI, 2016), também resta perturbado nos relatórios. Afetam-no especialmente as distorções de inteligibilidade e de sinceridade. Jargões, abreviações e erros sintáticos – expressões das primeiras – prejudicam a apreensão do conteúdo por todas as classes de *stakeholders*, ao passo que metáforas – expressões das segundas – obstaculizam a avaliação do real desempenho das corporações em matéria de sustentabilidade.

O comedimento no detalhamento de informações volta à tona quando se visa ao princípio de comparabilidade, também abalado. A não adoção de perspectiva longitudinal para a apresentação dos dados dificulta que se avalie se as corporações têm aprimorado seus desempenhos. Note-se, por exemplo, a forma como a Light apresenta a redução das emissões de GEE, não disponibilizando informações sobre as emissões de âmbito 3 nem a pegada de carbono de anos anteriores (2020),

ou, ainda, a forma como a Petrobras apresenta denúncias relacionadas com o desempenho ético, disponibilizando apenas informações de 2019 (2020).

Com relação ao princípio de fiabilidade, o GRI menciona ser importante que “as partes interessadas estejam confiantes de que o relatório pode ser verificado para estabelecer a veracidade de seu conteúdo e até que ponto os Princípios de Relato foram aplicados” (GRI, 2016, p. 15). Não é fácil para qualquer *stakeholder* detectar inobservância dos princípios de relato, como procedido na presente pesquisa, e a própria inobservância dos princípios pode abalar a confiança das partes interessadas na avaliação do relatório. Além disso, movimentos retóricos, como sobrevalorização de aspectos positivos – operada pela não prestação de informações suficientes para tal – e eufemização (ou mesmo omissão) de aspectos negativos, atravancam a verificação da veracidade do conteúdo. Corre-se o risco de restar o relatório plenamente fiável apenas para quem o redige.

Uma análise mais pormenorizada da questão da legitimidade poderia ser levada a cabo ao tomar por referência os índices do GRI, igualmente de consideração obrigatória. As distorções seriam, nesse quadro, possivelmente ampliadas. A Natura, por exemplo, não apresenta em seu índice as divulgações GRI 202-1, 202-2, 402-1, 410-1, 412-1, 412-2, 412-3 e 418-1, o que dificulta encontrar informações exigidas por essas diretrizes, deixando a impressão de que talvez não tenham sido fornecidas (2020). As inconformidades transcendem, dessa maneira, os princípios do relato – pressupostos fundamentais dos relatórios de sustentabilidade –, alcançando exigências dirigidas a divulgações GRI específicas, o que, inclusive, não se coaduna com a modalidade “abrangente” escolhida pelas corporações.

Cumpre, por fim, anotar que não se identificou desrespeito ao princípio de pontualidade. Integrando a carteira ISE 2020, as corporações cumpriram o prazo estabelecido, publicando seus relatórios até julho de 2020, mesmo com as complicações ocasionadas pela pandemia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pautada no referencial habermasiano da ação comunicativa, a pesquisa apontou distorções nos relatórios de sustentabilidade das corporações visadas, comprometedoras dos 4 pressupostos pragmáticos: inteligibilidade, verdade, sinceridade e legitimidade. A aproximação de uma comunicação sistematicamente distorcida deve servir como alerta. Não se pode, porém, afirmar que se trata necessariamente de sistematicidade. Organizações se homogeneizam, replicando padrões do campo, o que sugere também a forma de relatar. A crítica consignada na pesquisa conduzida se pretende menos denunciadora do que instigadora de aprimoramentos no modo de relatar. A efetividade da comunicação não é garantida meramente pelas normas a orientar a prática de relato. Exames baseados em referenciais alheios ao embasamento das normas, como o adotado, podem contribuir para alargar a apreciação da comunicação e, por consequência, aperfeiçoá-la processualmente em vista das partes envolvidas. Alguns pontos suscitam realce.

Reivindicações de verdade feitas pelas corporações, por vezes, não estão em consonância com o estado de coisas existentes. O otimismo a marcar algumas afirmações chega a superar as próprias capacidades corporativas. Associe-se a isso a amenização dos impactos negativos e o que se tem é uma imagem corporativa descolada da realidade. Se o efeito pragmático vinculado à pretensão de verdade for moldar crenças, os relatórios de sustentabilidade – testemunhos escritos dirigidos a interessados – podem servir ao efeito de manipulação da comunicação. No contexto dos pressupostos pragmáticos, a crença se associa à apresentação de razões. Deve-se cuidar para que a crença movida pelos relatórios passe a associar-se à fé, dispensando os fundamentos exigidos na cena de uma comunicação racional.

A exacerbação da positividade da imagem corporativa mantém afinidade com distorções de sinceridade. Metáforas reforçam algumas perspectivas em detrimento de outras. Nos casos analisados, reproduzem uma espécie de mística em torno dos benefícios gerados, mesmo na ausência de evidências convincentes. Também elas são usadas para reforçar aspectos positivos. A confiança dos interlocutores é induzida à percepção da sustentabilidade, não da insustentabilidade; ao reforço do que é dito, não à crítica. As imagens proporcionadas pelas metáforas tendem a realçar as benesses e ofuscar os males. Remanesce disso a discrepância entre o que se diz – que se dá a entender pela forma como se diz – e o que se faz. Ao informar e deixar de informar, os relatórios faltam ao compromisso com as partes interessadas, configurando distorções de sinceridade.

No que diz respeito à inteligibilidade – pressuposto associado à compreensibilidade do enunciado –, o uso de termos estranhos à comunidade de partes interessadas configura distorção. A sustentabilidade se esvazia de sentido quando aludida em situação de monólogo. Integrantes do meio corporativo devem considerar as assimetrias que caracterizam as posições dos envolvidos – a corporação e cada parte interessada –, caso se pretenda gerar enunciados compreensíveis. Em sociedades plurais, altamente fragmentadas, a busca por sentidos comuns consiste em tarefa das mais relevantes. Grandes corporações, mantendo relação com partes muito diversas, carregam, ao menos do ponto de vista da sustentabilidade, a incumbência de terem de se entender com partes as mais diversas. O mundo corporativo não é ubíquo. A pretensão de impor-se sobre os demais não se sucede sem violência. Distorções de inteligibilidade enrustem constrangimento. Entre seus efeitos, destaquem-se a distração do interlocutor e o desestímulo para que prossiga na relação comunicativa.

A correção normativa – adequação às normas vigentes no contexto –, nos moldes analisados, é um objeto de contradição manifesta. As corporações fazem referência às divulgações do GRI para a elaboração dos relatórios, contudo mantêm inadequações até em relação às normas fundamentais, os princípios de relato GRI. Em tese, para evocar o padrão GRI, seria necessário cumpri-las. As inconformidades se amplificam quando se cotejam os relatórios com exigências por divulgações GRI específicas. O que transparece é que as corporações colhem legitimidade no GRI, sem, no entanto, trilhar o caminho processualmente demandado para tal.

Distorções comunicativas, em suma, abalam um processo comunicativo balizado pelo entendimento mútuo. Assumindo que os efeitos associados aos pressupostos pragmáticos consistem nas capacidades de modelar crenças (verdade), consentimento (legitimidade), confiança (sinceridade) e atenção (inteligibilidade) (Forester, 1994, 2003), o não atendimento dos pressupostos compromete sobremaneira a situação de diálogo sobre a sustentabilidade corporativa, impedindo que, em torno dela, se constituam discursos capazes de suspender verdades em voga e reconfigurar o mundo da vida. Distorções aproximam as falas do polo da razão instrumental, o que pouco tem a ver com o ideal de sustentabilidade anunciado.

A preponderância da razão instrumental conduz a um fim já conhecido: o conceito de sustentabilidade moldado com fito manipulativo, num jogo no qual o poder econômico tende a sobressair. Em termos frankfurtianos, resgatado por Vizeu et al. (2012), a sustentabilidade se apresentaria como algo instrumental, a afetar a sociedade como qualquer conhecimento científico das ciências tradicionais. Nessa conjuntura, a sustentabilidade corporativa se torna a sustentabilidade da corporação, conceito pela corporação apropriado, esvaído da construção compartilhada que carrega sempre a latência de refrear a instrumentalidade da ação de mercado.

A ação comunicativa habermasiana é um ideal consequente para introduzir o relato corporativo no momento discursivo. Em matéria de sustentabilidade, não se trata de monologar nem de desenvolver situações de fala cujos conteúdos possam ser antevistos, porque estrategicamente – de acordo com a lógica da razão instrumental – planejados. De interesse coletivo, o relato não se deve endereçar somente a acionistas, por exemplo. A sustentabilidade, a qual vem sendo preconizada, não se deve operar nos trilhos estritos da instrumentalidade. Os relatórios de sustentabilidade, como importante prática de relato corporativo, constituem um meio pelo qual é possível, ao menos potencialmente, aproximar as organizações daqueles mais afetados – em seus próprios corpos – pelo conceito que se imputa à sustentabilidade. A sustentabilidade corporativa pode adentrar o mundo da vida.

Algumas limitações do estudo valem destaque, até como fontes sugestivas de pesquisas futuras. A análise não esgota o rol de relatórios das empresas da carteira ISE. Pesquisas que englobassem maior volume de relatos poderiam averiguar se distorções comunicativas são comuns a mais empresas e se são distintas conforme o padrão de relatório, abrangente ou essencial. Além disso, a restrição das análises a relatórios de um único ano obsta que se chegue a conclusões históricas mais consequentes. Análises longitudinais poderiam, por exemplo, avaliar se a prática periódica de relatos guarda relação com redução ou ampliação de distorções. Para mais, centrar as análises nos relatórios, conquanto coerente do ponto de vista metodológico, circunscreve as distorções. O cotejo, por exemplo, com notícias da imprensa seria um exercício fecundo para ampliar a análise de distorções, especialmente na perscrutação de omissões.

REFERÊNCIAS

- Alcântara, V. C., & Pereira, J., R. (2017). O locus da gestão social no contexto das inter-relações e tensões entre mundo-da-vida (*lebenswelt*) e sistema (*system*). *Organizações & Sociedade*, 24(82), 412-431.
- Alvesson, M., & Deetz, S. (2010). Teoria crítica e abordagens pós-modernas para estudos organizacionais. In S. R. Clegg, C. Hardy, & W. R. Nord (Orgs.), *Handbook de estudos organizacionais*. London, UK: Sage Publications.
- Antolín-López, R., Delgado-Ceballos, J., & Montiel, I. (2016, novembro). Deconstructing corporate sustainability: a comparison of different stakeholder metrics. *Journal of Cleaner Production*, 136, 5-17.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo, SP: Edições 70.
- Boiral, O. (2013) Sustainability reports as simulacra? A counter-account of A and A+ GRI reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(7), 1036-1071.
- Cukier, W., Bauer, R., & Middleton, C. (2003). The discourse of learning technology in Canada: understanding communication distortions and the implications for decision making. In E. H. Wynn, E. Whitley, M. Myers, & J. DeGross (Eds.), *Global and organizational discourse about information technology*. Boston, MA: Springer.
- Cukier, W., Bauer, R., Middleton, C., & Ngwenyama, O. (2009). A critical analysis of media discourse on information technology: preliminary results of a proposed method for critical discourse analyses. *Information Systems Journal*, 19(2), 175-196.
- Cukier, W., Gagnon, S., Roach, E., Elmi, M., Yap, M., & Rodrigues, S. (2016). Trade-offs and disappearing acts: shifting societal discourses of diversity in Canada over three decades. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(7), 1031-1064.
- Energias de Portugal. (2020). *Relatório de sustentabilidade 2019*. Recuperado de www.edp.com/pt-pt/sustentabilidade/transparencia-e-reporte#relatorios
- Feil, A., & Schreiber, A. D. (2017). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. *Cadernos EBAPE.BR*, 14(3), 667-681.
- Forester, J. (1994). Teoria crítica e análise organizacional. *Plural*, 1, 131-148.
- Forester, J. (2003). On fieldwork in a habermasian way: critical ethnography and the extra-ordinary character of ordinary professional work. In M. Alvesson, & H. Wilmoot (Eds.), *Studying management critically*. London, UK: Sage Publications.
- García-Marzá, D. (2005). *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Madrid, España: Trotta.
- Global Reporting Initiative. (2016). *Foundations*. Recuperado de www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx
- Gomes, R. (2009). Análise e interpretação de dados na pesquisa qualitativa. In M. C. S. Minayo (Org.), *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Habermas, J. (2003). *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (2004). *Verdade e justificação: ensaios filosóficos*. São Paulo, SP: Loyola.
- Habermas, J. (2012a) *Teoria do agir comunicativo: racionalidade da ação e racionalização social* (Vol. 1). São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Habermas, J. (2012b) *Teoria do agir comunicativo: sobre a crítica da razão funcionalista* (Vol. 2). São Paulo, SP: Martins Fontes.
- Habermas, J. (2014). *Técnica e ciência como "ideologia"*. São Paulo, SP: Fundação Editora Unesp.
- Habermas, J. (2018). *A inclusão do outro: estudos de teoria política*. São Paulo, SP: Fundação Editora Unesp.
- Habermas, J. (2020). *Facticidade e validade: contribuições para uma teoria discursiva do direito e da democracia*. São Paulo, SP: Fundação Editora Unesp.
- Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: mapping different approaches. *Sustainable Development*, 13(1), 38-52.
- Jargão. (2021). *Michaelis: moderno dicionário da língua portuguesa*. São Paulo, SP: Melhoramentos. Recuperado de <https://michaelis.uol.com.br/>
- Landrum, N. E. (2017). Stages of corporate sustainability: integrating the strong sustainability worldview. *Organization & Environment*, 31(4), 287-313.
- Light. (2020). *Relatório anual 2019*. Recuperado de <http://ri.light.com.br/sustentabilidade/relatorios/>
- Livesey, S. M., & Kearins, K. (2002). Transparent and caring corporations? A study of the sustainability reports by the Body Shop and Royal Dutch/Shell. *Organization and Environment*, 15(3), 233-258.
- Metáfora. (2021). *Michaelis: moderno dicionário da língua portuguesa*. São Paulo, SP: Melhoramentos. Recuperado de <https://michaelis.uol.com.br/>
- Michelsen, G., Adombent, M., Martens, P., & Hauff, M. (2016). Sustainable development: background and context. In H. Heinrichs, P. Martens, G. Michelsen, & A. Wiek (Eds.), *Sustainability science: an introduction*. Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Milne, M. J. (2005). *Playing with magic lanterns: the New Zealand Business Council for sustainable development and corporate triple bottom line reporting* (Accountancy Working Paper Series). Dunedin, New Zealand: University of Otago. Recuperado de https://ourarchive.otago.ac.nz/bitstream/handle/10523/1556/PLAYING_WITH_MMAGI_LANTERNS.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Milne, M. J., & Gray, R. (2012). W(h)ither ecology? The triple bottom line, the global reporting initiative, and corporate sustainability reporting. *Journal of Business Ethics*, 118(1), 13-29.
- Milne, M. J., Kearins, K., & Walton, S. (2006). Creating adventures in wonderland: the journey metaphor and environmental sustainability. *Organization*, 13(6), 801-839.
- Natura. (2020). *Relatório anual 2019*. Recuperado de <https://www.natura.com.br/relatorio-anua>

- Petrobras. (2020). *Relatório de sustentabilidade 2019*. Recuperado de <https://sustentabilidade.petrobras.com.br/>
- Rego, A., Cunha, M. P., & Polónia, D. (2015). Corporate sustainability: a view from the top. *Journal of Business Ethics*, 143(1), 133-157.
- Schaltegger, S., Hansen, G. E., & Spitzack, H. (2016). Corporate sustainability management. In H. Heinrichs, P. Martens, G. Michelsen, & A. Wiek (Eds.), *Sustainability science: an introduction*. Dordrecht, Netherlands: Springer.
- Silva, S. S., Reis, R. P., & Amâncio, R. (2014). Conceitos atribuídos à sustentabilidade em organizações de diferentes setores. *Revista de Ciências da Administração*, 16(40), 90-103.
- Tregidga, H., Milne, M. J., & Kearins, K. (2015). Ramping up resistance: corporate sustainable development and academic research. *Business & Society*, 57(2), 1-43.
- Vizeu, F., & Cicmanec, E. R. (2013). A música que encanta, o discurso que aprisiona: a distorção comunicativa em uma loja de departamentos. *Cadernos EBAPE.BR*, 11(1), 149-164.
- Vizeu, F., & Matitz, Q. R. S. (2013). Organizational sacralization and discursive use of corporate mission statements. *Brazilian Administration Review*, 10(2), 176-194.
- Vizeu, F., Meneghetti, F. K., & Seifert, R. E. (2012). Por uma crítica ao conceito de desenvolvimento sustentável. *Cadernos EBAPE.BR*, 10(3), 569-583.

Ewerton Roberto Inocêncio
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8624-2956>
Mestre em Administração pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: ewerton.in@gmail.com

Ricardo Lebbos Favoreto
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2878-0681>
Doutor em Administração pela Universidade Nove de Julho (UNINOVE); Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: ricardo.lf@uel.br