

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS LINGUÍSTICOS

Felipe José Fernandes Macedo

SUSTENTABILIDADE E RISCO:
um estudo multimodal sob o viés dos sistemas complexos

Belo Horizonte

2015

Felipe José Fernandes Macedo

**SUSTENTABILIDADE E RISCO:
um estudo multimodal sob o viés dos sistemas complexos**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos.

Área de concentração: Linguística do Texto e do Discurso

Linha de pesquisa: Análise do Discurso

Orientadora: Profa. Sônia Maria de Oliveira Pimenta

Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais

Belo Horizonte – Minas Gerais – Brasil

2015



FOLHA DE APROVAÇÃO

Sustentabilidade e Risco: Um estudo multimodal sob o viés dos Sistemas Complexos


FELIPE JOSÉ FERNANDES MACEDO

Dissertação submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em ESTUDOS LINGUÍSTICOS, como requisito para obtenção do grau de Mestre em ESTUDOS LINGUÍSTICOS, área de concentração LINGUÍSTICA DO TEXTO E DO DISCURSO, linha de pesquisa Análise do Discurso.

Aprovada em 06 de março de 2015, pela banca constituída pelos membros:


Prof(a). Sonia Maria de Oliveira Pimenta - Orientador
UFMG


Prof(a). Cláudio Márcio do Carmo
UFSJ


Prof(a). Reinildes Dias
UFMG

Belo Horizonte, 6 de março de 2015.

Ficha catalográfica elaborada pelos Bibliotecários da Biblioteca FALE/UFMG

M141s

Macedo, Felipe José Fernandes.

Sustentabilidade e risco [manuscrito] : um estudo multimodal sob o viés dos sistemas complexos / Felipe José Fernandes Macedo. – 2015.

103 f., enc. : il., tabs., color.

Orientadora: Sônia Maria de Oliveira Pimenta.

Área de concentração: Linguística do Texto e do Discurso.

Linha de pesquisa: Análise do Discurso.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras.

Bibliografia: f. 101-103.

1. Análise do discurso – Teses. 2. Guia Exame de Sustentabilidade (Revista) – Teses. 3. Funcionalismo (Linguística) – Teses. 4. Desenvolvimento sustentável – Teses. 5. Modalidade (Linguística) – Teses. 6. Discurso midiático – Teses. I. Pimenta, Sônia Maria de Oliveira. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Letras. III. Título.

CDD : 418

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, à vida, o maior de todos os milagres.

À minha mãe Márcia, pelo exemplo de força e determinação.

À minha filha Melina, pelo seu amor, carinho, compreensão e alegria contagiante.

À minha tia Adalgiza, pela amizade e confiança.

À professora Sônia, por confiar no meu trabalho e me orientar com muita dedicação ao longo desta pesquisa.

À Nathy, pelo apoio, companheirismo, e ricas interlocuções.

Aos professores Cláudio Márcio do Carmo e Liliane Assis Sade Resende, pelas valiosas orientações durante a graduação na UFSJ.

Aos colegas de mestrado, e aos amigos que sempre me apoiaram ao longo desta jornada.

Aos professores do POSLIN.

À CAPES, pela bolsa concedida.

RESUMO

Nunca se discutiu tanto sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável como no atual cenário contemporâneo de comunicação. Entretanto, nota-se que esse discurso acabou se naturalizando tanto que se tornou senso comum, sendo proferido, muitas vezes, apenas como estratégica discursiva em textos publicitários, jornalísticos e/ou políticos. Nesse contexto, esta dissertação tem por objetivo promover uma reflexão acerca do discurso sobre sustentabilidade a partir de um estudo multimodal de cinco reportagens retiradas de cinco edições da revista *Guia Exame de Sustentabilidade*. Para alcançar tal objetivo, a investigação dos significados potenciais produzidos pelos modos semióticos utilizados nas reportagens foi baseada na perspectiva teórica da Gramática Sistêmico-Funcional (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004) e da Gramática do *Design Visual* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), tendo como base as discussões sobre Modernidade Reflexiva (BECK; GIDDENS; LASH, 1997), Paradigma da Complexidade (MORIN, 2011; VASCONCELLOS, 2002) e a Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008). Os resultados das análises indicam que as configurações verbais e visuais realizadas pelos produtores das reportagens que compõem o *corpus* desta pesquisa contribuem com o discurso sobre sustentabilidade, uma vez que valorizam representações de empresas que, ao adotarem uma postura sustentável, conseguem reduzir o impacto ambiental de suas ações. Contudo, nota-se que o espaço discursivo dado à representação das empresas nas reportagens é preenchido por um discurso muito mais preocupado com as questões mercadológicas do que com a conscientização de seus leitores sobre a importância da sustentabilidade. Pode-se perceber ainda que o que a revista e as empresas entendem por sustentabilidade está longe de representar um modelo ideal.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Multimodalidade; Paradigma da Complexidade; Gramática Sistêmico-Funcional; Gramática do Design Visual.

ABSTRACT

Sustainability and sustainable development have never been discussed so much as in the current scenario of contemporary communication. However, we can observe that this discourse has become so natural that it has turned into common sense, being used, many times, as a discursive strategy in various texts, such as advertisements, newspapers' articles and political essays. In this context, the aim of this master's thesis is to reflect about the sustainability discourse based on a multimodal study of five articles published in five editions of the magazine *Guia Exame de Sustentabilidade*. To achieve this aim, the investigation of the potential meanings produced by the semiotic modes used in the articles was based on the theoretical perspective of the *Systemic Functional Grammar* (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004) and of *The Grammar of Visual Design* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), also having as a guide the discussions about Reflexive Modernity (BECK; GIDDENS; LASH, 1997), the Paradigm of Complexity (MORIN, 2011; VASCONCELLOS, 2002) and about The Theory of Complexity (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008). The results of the analyses indicate that the verbal and visual configurations applied by the editors of the corpus' articles contribute to the sustainability discourse, since they value the representations of corporations that, when they assume a sustainable position, are able to reduce the environmental impact of their actions. However, it is observable that the discursive space provided for the representation of the corporations in the articles is filled with discourses much more dedicated to marketing than to the awareness of their readers about the importance of sustainability. We can also observe that what the magazine and the corporations understand by sustainability is far from being an ideal model.

Keywords: Sustainability; Multimodality; Complexity, Systemic Functional Grammar, Grammar of Visual Design.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – O Vaso de Rubim	33
FIGURA 2 – Fractal	35
FIGURA 3 – Elementos Centrais e Periféricos na Estrutura da Oração	40
FIGURA 4 – A Gramática da Experiência: os tipos de processos	41
FIGURA 5 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – <i>Walmart</i>	76
FIGURA 6 – Estrutura conceitual analítica – <i>Walmart</i>	78
FIGURA 7 – Estrutura conceitual analítica – <i>Walmart</i>	78
FIGURA 8 – Estrutura conceitual classificacional – <i>Walmart</i>	79
FIGURA 9 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – <i>Alcoa</i>	80
FIGURA 10 – Estrutura conceitual analítica – <i>Alcoa</i>	81
FIGURA 11 – Estrutura conceitual analítica – <i>Alcoa</i>	81
FIGURA 12 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – <i>Unilever</i>	82
FIGURA 13 – Estrutura conceitual analítica – <i>Unilever</i>	83
FIGURA 14 – Estrutura conceitual analítica – <i>Unilever</i>	84
FIGURA 15 – Estrutura narrativa – Processo reacional não transacional – <i>Anglo American</i>	85
FIGURA 16 – Estrutura conceitual analítica – <i>Anglo American</i>	85
FIGURA 17 – Estrutura conceitual analítica – <i>Anglo American</i>	86
FIGURA 18 – Estrutura narrativa – Processo reacional não transacional – <i>Itaú</i>	87
FIGURA 19 – Estrutura conceitual classificacional – <i>Itaú</i>	87
FIGURA 20 – Estrutura conceitual analítica – <i>Itaú</i>	88
GRÁFICO 1 – Distribuição dos tipos de processos em termos percentuais	53
GRÁFICO 2 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o <i>Walmart</i> em termos percentuais	55
GRÁFICO 3 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a <i>Alcoa</i> em termos percentuais	60
GRÁFICO 4 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a <i>Unilever</i> em termos percentuais	65
GRÁFICO 5 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a <i>Anglo American</i> em termos percentuais	69
GRÁFICO 6 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o <i>Itaú</i> em termos percentuais	73

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Os tipos de circunstâncias	46
QUADRO 2 – Distribuição dos tipos de processos nas cinco reportagens analisadas	53
QUADRO 3 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o <i>Walmart</i>	55
QUADRO 4 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a Alcoa	59
QUADRO 5 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a Unilever	64
QUADRO 6 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a <i>Anglo American</i>	69
QUADRO 7 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o Itaú	73
QUADRO 8 – Síntese dos dados das edições de 2009 a 2011	90
QUADRO 9 – Síntese dos dados das edições de 2012 e 2013	90

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
Considerações iniciais	12
A questão da sustentabilidade na modernidade reflexiva	13
Objetivo geral	15
Objetivos específicos	15
Apresentação do <i>corpus</i> e considerações metodológicas	16
Contextualizando a revista <i>Guia Exame de Sustentabilidade</i>	18
Considerações sobre a organização do trabalho	18
CAPÍTULO I – A noção de paradigma no mundo e nas ciências: um olhar complexo sobre os fenômenos da sustentabilidade e da significação em textos multimodais	20
1.1 A noção de paradigma e sua importância para o mundo e as ciências	21
1.2 A evolução do pensamento humano: da origem da razão à necessidade de um pensamento complexo	23
1.3 A emergência do paradigma da complexidade: por uma nova visão de ciência e de mundo	27
1.4 A Teoria da Complexidade: um outro olhar sobre a significação em textos multimodais	34
CAPÍTULO II – Gramática Sistêmico-Funcional e Gramática do <i>Design Visual</i> : o complexo processo de significação em textos multimodais	37
2.1 A Gramática Sistêmico-Funcional	37
2.2 Metafunção Ideacional – O Sistema de Transitividade	39
2.3 Para além do verbal – a Gramática Visual e os Significados Representacionais	47
2.4 Multimodalidade – a significação a partir de diversos modos semióticos	49
CAPÍTULO III – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	51
3.1 A construção linguística por meio do Sistema de Transitividade	52
3.1.1 Empresa Sustentável do Ano 2009 – <i>Walmart</i>	54
3.1.2 Empresa Sustentável do Ano 2010 – <i>Alcoa</i>	59
3.1.3 Empresa Sustentável do Ano 2011 – <i>Unilever</i>	64
3.1.4 Empresa Sustentável do Ano 2012 – <i>Anglo American</i>	68
3.1.5 Empresa Sustentável do Ano 2013 – <i>Itaú</i>	72
3.2 Análise dos Significados Representacionais	75

3.2.1 Na reportagem sobre o <i>Walmart</i> – Empresa Sustentável 2009	75
3.2.2 Na reportagem sobre a <i>Alcoa</i> – Empresa Sustentável 2010	79
3.2.3 Na reportagem sobre o <i>Unilever</i> – Empresa Sustentável 2011	82
3.2.4 Na reportagem sobre a <i>Anglo American</i> – Empresa Sustentável 2012	84
3.2.5 Na reportagem sobre o <i>Itaú</i> – Empresa Sustentável 2013	86
3.3 – Discussão dos dados – Um olhar complexo sobre o fenômeno da significação em textos multimodais e a emergência de significados sociais	89
CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	101

INTRODUÇÃO

“People say that you’ll die
faster than without water
but we know it’s just a lie
scare your son, scare your daughter”
(Arcade Fire – Rebellion)

Considerações iniciais

Nunca se discutiu tanto sobre sustentabilidade e a necessidade de um uso mais responsável e consciente dos nossos recursos naturais como no atual cenário contemporâneo de comunicação. Recentemente, a crise hídrica na região Sudeste do País, por exemplo, ganhou grande destaque nos noticiários e na mídia em geral, sendo utilizada, inclusive, em debates políticos e disputas eleitorais.

Ao mesmo tempo, surgem constantemente novas formas de se falar e de se produzirem sentidos sobre esse assunto, dado o vasto repertório de possibilidades de significação disponíveis atualmente.

Entretanto, embora se discuta exaustivamente sobre a importância de um desenvolvimento sustentável, nota-se que esse tema acabou se naturalizando tanto que se tornou senso comum, sendo proferido, muitas vezes, apenas como estratégia discursiva em textos publicitários, jornalísticos e/ou políticos, com intuito puramente mercadológico.

Neste cenário, o interesse pela investigação da questão da sustentabilidade se justifica por ser um assunto recorrente no mundo contemporâneo, fazendo parte das políticas econômicas que afetam os países, sendo de suma importância o papel da linguagem nesse processo.

Em segundo lugar, pode-se justificar a relevância desta pesquisa pelo fato de ainda serem incipientes as publicações nacionais que abordam a temática da sustentabilidade, sendo a revista *Guia Exame de Sustentabilidade*, objeto aqui de estudo, uma das poucas publicações preocupadas com esse tema.

A terceira justificativa é que se acredita ser possível, por meio desta pesquisa, verificar os significados sociais produzidos nas reportagens nas quais são eleitas, pela referida revista, as empresas sustentáveis do ano. Acredita-se ainda que as representações atribuídas às primeiras colocadas acabam por orientar as políticas e práticas ditas sustentáveis de outras empresas.

A questão da sustentabilidade na modernidade reflexiva

Na modernidade reflexiva¹ (BECK, 2011; GIDDENS, 2002, 2003), o homem passa a enfrentar diversas questões que desafiam as bases fundamentais do seu sistema político e social. Parte dessas questões surge, ironicamente, como reflexo do próprio “sucesso” da sociedade industrial. Beck (2011, p. 23) afirma que, nesse cenário, o homem não produz apenas riqueza e conhecimento, mas também “riscos sociais”, o que faz com que se viva, hoje, segundo esse autor, na chamada Sociedade de Risco.

Giddens (2003) ressalta que, embora riscos façam parte da história do homem na Terra, esse conceito é, como é conhecido hoje, fruto de uma mudança na cultura humana, que deixa de atribuir seus revezes a deuses e entidades, como faziam os antigos, e passa a reconhecer a importância das suas ações e as consequências delas. Nessa perspectiva, o mundo natural é visto como algo que é controlável, previsível, o que demonstra, dessa forma, um tipo de sociedade com uma orientação voltada para o futuro, diferentemente das sociedades tradicionais, que projetavam apenas a sobrevivência no tempo presente. Risco pode ser definido, nas palavras de Giddens (2003, p. 32), como: “infortúnios ativamente avaliados em relação a possibilidades futuras”.

Dentre as diversas crises produzidas pelo processo de modernização, a de nível ambiental passa a ser uma questão central na contemporaneidade. Para Beck (1997, p. 98), essa crise não se refere apenas às questões ambientais, mas também a uma crise institucional da própria sociedade industrial, nas quais os seres humanos têm de tomar decisões práticas e éticas no que se refere às suas ações sobre o mundo natural.

Surge, então, como resultado dessa crise, o conceito de sustentabilidade (*sustainability*), que aqui pode ser entendido, em sua forma moderna, como uma maneira de evitar, minimizar, e até certo ponto controlar as reações geradas pela longa história humana de exploração indiscriminada da natureza. A sustentabilidade pode também ser entendida como o próprio desejo do homem em prolongar a sua existência no planeta Terra talvez por um tempo infinito.

Embora a primeira edição da obra *Sociedade de Risco*, do sociólogo alemão Ulrich Beck, tenha sido publicada em 1986, as discussões ali apresentadas não se tornaram ultrapassadas ao longo dessas quase três décadas; muito pelo contrário, são tão atuais quanto naquela época.

¹ Neste trabalho, o termo “modernidade reflexiva” é utilizado para caracterizar a sociedade contemporânea.

Hoje, com a recente ascensão tecnológica e o avanço da rede mundial de computadores, o contato com outros povos está cada vez mais próximo, o que possibilita que sejam observados, através da mídia global, diversos eventos climáticos catastróficos.

É importante ressaltar que, apesar de haver uma incerteza por parte de alguns cientistas sobre o real impacto das ações do homem na natureza, não se pode negar essa possibilidade. Nessa direção, Giddens (2003, p. 31) afirma:

Serão alterações de temperatura como esta resultado da interferência humana no clima do planeta? Não podemos saber ao certo, mas temos de admitir a possibilidade de que sejam, como também o crescente número de furacões, tufões e tempestades registrado nos últimos anos. Em consequência do desenvolvimento industrial global, talvez tenhamos alterado o clima do mundo, além de ter danificado uma parte muito maior de nosso habitat terrestre. Não sabemos que outras mudanças virão, ou que perigos elas trarão em sua esteira.

A sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável representam meios de se controlar, ou pelo menos amenizar, as possíveis mudanças causadas pelo processo de modernização, que passa a ser reflexivo, na medida em que retorna ao sujeito um “risco social” antes inexistente. Instaura-se, assim, nesse sujeito, um risco que, embora possa ser uma realidade, ainda mais se se considerarem os recentes eventos climáticos já citados, pode ser, na verdade, apenas mais um momento de mudança natural pela qual a Terra deve passar, assim como já aconteceu na longa história do nosso planeta. Nesse segundo cenário, as ações humanas seriam insignificantes e as mudanças climáticas, inevitáveis.

De qualquer forma, não se pode negar a realidade atual, na qual se pode observar em todos os lugares a noção de sustentabilidade sendo reproduzida à exaustão, seja em garrafas de refrigerante “biodegradáveis”, em revistas diversas ou na publicidade em geral. Assim, o uso desse termo passa a representar, como dito anteriormente, uma estratégia discursiva que procura convencer o consumidor a adquirir produtos e serviços de empresas que se dizem preocupadas com a crise ambiental. Nesse sentido, o discurso sobre sustentabilidade e a noção de riscos sociais acabam não rompendo com a lógica capitalista. Corroborando tal afirmação, Beck (2011, p. 28) argumenta:

Riscos de modernização são *big business*. Eles são as necessidades insaciáveis que os economistas sempre procuraram. A fome pode ser saciada, necessidades podem ser satisfeitas, mas os riscos civilizatórios são um *barril de necessidades sem fundo*, interminável, infinito, autoproduzível.

Faz-se, então, necessária e pertinente uma investigação que se preocupe com o processo de significação e os significados sociais produzidos nas mídias que se dizem preocupadas com a questão do meio ambiente. Dessa forma, acredita-se que esta investigação pode demonstrar possíveis interesses por parte dos produtores das mensagens que tratam desse tema, sendo as teorias linguísticas e sociosemióticas fundamentais para que se possa entender melhor a construção desse discurso.

Assim, a questão principal desta pesquisa envolve uma investigação que questiona dois pontos principais: (1) de que forma as escolhas verbais e não verbais realizadas pelo produtor das reportagens que compõem o *corpus* desta pesquisa contribuem ou não com o discurso da sustentabilidade e com práticas realmente comprometidas com o desenvolvimento sustentável? (2) Até que ponto, essas empresas se apropriam desse discurso e o utilizam apenas como estratégia discursiva para a promoção do seu próprio *marketing*?

Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho é promover uma reflexão acerca do discurso sobre sustentabilidade a partir da análise multimodal de cinco reportagens retiradas de cinco edições da revista *Guia Exame de Sustentabilidade*, tendo como base o Paradigma da Complexidade, o conceito de Risco na Modernidade Reflexiva, além de algumas das teorias linguísticas de base sistêmica.

Objetivos específicos

- Verificar como as empresas eleitas “Empresa Sustentável do ano” são representadas no discurso das reportagens da revista *Guia Exame de Sustentabilidade*.
- Averiguar os valores ideológicos associados ao conceito de sustentabilidade construído discursivamente nos textos analisados.
- Analisar o processo de significação pela análise dos recursos linguísticos e não linguísticos usados nos textos.
- Verificar, por meio do viés da perspectiva da complexidade, a forma como esses múltiplos recursos de significação se relacionam entre si e com o mundo social, autoinfluenciando-se e fazendo emergir determinados significados sociais.

Apresentação do *corpus* e considerações metodológicas

Conforme dito, este trabalho tem como base, em suas análises e reflexões, o Paradigma da Complexidade, a noção de risco na modernidade reflexiva, além de algumas das teorias linguísticas de base sistêmica (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). O desenvolvimento da pesquisa é detalhado a seguir.

Para a análise dos elementos verbais, será tomada a Gramática Sistêmico-Funcional, sobretudo o sistema de transitividade (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; EGGINS, 2004; THOMPSON, 2003). Eggins (2004) afirma que o sistema de transitividade permite que a partir da gramática da oração seja possível entender questões sobre representação.

Observados esses aspectos teóricos, iniciaram-se a coleta e a digitalização dos cinco textos nos quais se têm as reportagens sobre as empresas sustentáveis dos anos de 2009 a 2013, respectivamente. Após a coleta, realizou-se a análise de todas as orações nas quais a empresa, ou algum de seus responsáveis, desempenhava alguma ação, chamada na Gramática Sistêmico-Funcional de processos e identificada por meio dos grupos verbais. Em seguida, partiu-se para as análises considerando três componentes:

- o tipo de processo (material, mental, verbal, comportamental etc.);
- os participantes envolvidos na oração (tais como a empresa, seu presidente e diretores, dentre outros); e
- os elementos circunstanciais presentes na oração.

Ao serem analisados esses componentes, acreditou-se ser possível identificar como essas empresas são representadas e também o que elas entendem por sustentabilidade, devido ao fato de esse complexo oracional representar o aspecto experiencial do discurso, ou seja, as realidades internas e externas do mundo construídas a partir da linguagem.

Após verificar a rede do sistema de transitividade, pela análise descritiva dos dados, partiu-se para as análises pertinentes ao modo semiótico visual, procurando, nesse momento observar quais os significados produzidos pelas imagens e a quais representações e realidades esses sentidos estão ligados.

Com base na Gramática Sistêmico-Funcional, Kress e Van Leeuwen (2006) propõem um modelo de análise dos elementos não verbais, tomando as metafunções propostas por Halliday. Para o presente trabalho, será de suma importância a análise dos Significados Representacionais, conforme já dito anteriormente, sendo esses significados fundamentais

para que se possa examinar os participantes presentes na imagem e as ações que estes executam. Esses autores argumentam também que visualmente há estruturas que possibilitam a construção das experiências dos indivíduos, assim como na metafunção Ideacional da Gramática Sistêmico-Funcional. Assim, esse modelo de análise é tomado como base para a análise dos elementos visuais do texto.

Após as análises dos elementos verbais e visuais dos textos que compõem o *corpus* desta pesquisa, realizou-se uma reflexão sobre a forma como esses significados foram construídos e sobre quais posições ideológicas foram significativas na representação do discurso da sustentabilidade.

Além disso, acreditou-se que entender o sentido completo de um texto ou de um enunciado requer a compreensão de todos os fatores que estão em interação na construção de significados, tais como: recursos verbais (linguísticos) e não verbais (imagens, sons, gestos etc.) e fatores socioculturais. Acreditou-se que, sem esse conhecimento, não é possível compreender as ideologias e valores veiculados via discurso.

Dessa forma, por trabalhar com diversos elementos que estão em interação, é necessário que se procure uma teoria que seja capaz de abranger as diversas dimensões que interagem na construção do significado. Nesse sentido, recorre-se à Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008), visto que essa abordagem considera a relação parte/todo e o efeito multiplicativo, além de focar no processo de significação como algo dinâmico, e não estático.

Também, apresentou-se uma reflexão sobre a construção dos significados dos textos à luz da Teoria da Complexidade. Para tanto, foram tomadas as propriedades dos sistemas complexos, assim como descritas por Holland (1995) e Larsen-Freeman e Cameron (2008).

Ainda à luz da complexidade, realizou-se uma análise comparativa sobre os significados construídos nos textos selecionados com o intuito de verificar os atratores discursivos, ou seja, os padrões linguísticos presentes em todos eles, e o processo de fractalização que leva à construção da recursividade² da língua e evoca outros sistemas, tais como o social e o cultural, que são constitutivos da língua.

² Neste trabalho, o termo “recursividade” se refere ao fato de que cada momento, evento ou situação é ao mesmo tempo produtor e produzido. Assim, entende-se que, da mesma forma que a língua influencia o social, também é influenciada por este em um processo recursivo (MORIN, 2011).

Contextualizando a revista *Guia Exame de Sustentabilidade*

O *Guia Exame de Sustentabilidade* surgiu no ano de 2000 com o nome *Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa*. Inicialmente, a publicação tinha por objetivo “identificar, avaliar e divulgar as melhores práticas de responsabilidade social adotadas pelas companhias no Brasil e escolher, após essa análise, as chamadas ‘empresas-modelo’”³.

De acordo com o *Guia Exame de Sustentabilidade*, no ano de 2007 surgiu a necessidade de aprimorar a metodologia utilizada pela revista. Assim, esta fechou parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EAESP FGV), instituição considerada referência no tema pela revista. No ano seguinte, 2008, a revista resolveu, com base em critérios⁴ editoriais e jornalísticos, escolher, dentre as empresas-modelo, a “Empresa Sustentável do Ano”, formato utilizado até hoje.

Considerações sobre a organização do trabalho

Além desta introdução, este trabalho é composto por mais três capítulos. No primeiro, é apresentada a importância da noção de paradigmas no mundo e na ciência, além de um panorama histórico da evolução do pensamento humano, e como essa evolução contribuiu para a formação da visão atual de ciência e também de linguagem. Ainda no primeiro capítulo, serão discutidos os pressupostos que definem a visão tradicional de ciência e também as mudanças ocorridas na física, que fizeram emergir no início do século XX a necessidade de um novo paradigma científico, chamado de complexo ou sistêmico. Por fim, ainda neste capítulo, será introduzida a Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008), tendo em vista sua fundamental importância para as discussões acerca da complexidade envolvida no processo de significação em textos multimodais.

No segundo capítulo, será apresentado o referencial teórico que orientou as análises. O referencial teórico-metodológico adotado para a análise do modo verbal é o da Gramática Sistêmico-Funcional (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; EGGINS, 2004; THOMPSON, 2003), mais especificamente o Sistema de Transitividade. Para a análise dos modos visuais,

³ Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/inscricoes/2013/como-funciona.shtml>>. Acesso em: 20, abr. 2014, 16:20:30.

⁴ Esses critérios podem ser obtidos no endereço eletrônico: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/guia-de-sustentabilidade/inscricoes/2015/como-funciona.shtml>

tomou-se a Gramática do *Design* Visual (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006), em especial a rede dos Significados Representacionais, e também a abordagem multimodal (KRESS, 2003; VAN LEEUWEN, 2005).

No terceiro capítulo, serão trazidas as análises descritivas dos modos verbais e visuais, além de uma breve reflexão sobre como esses significados foram combinados para a produção de sentidos. Ainda nesse capítulo, será apresentada uma discussão das possibilidades interpretativas dos significados visuais e verbais. Nesse momento, será importante também refletir sobre a própria dinâmica envolvida na significação contemporânea, marcadamente multimodal. Para tal, recorreu-se aos princípios da Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008).

Por fim, nas considerações finais do trabalho, será trazida uma síntese dos resultados desta pesquisa, procurando responder às perguntas de pesquisa que nortearam este trabalho.

CAPÍTULO I
A NOÇÃO DE PARADIGMA NO MUNDO E NAS CIÊNCIAS:
UM OLHAR COMPLEXO SOBRE OS FENÔMENOS DA SUSTENTABILIDADE E
DA SIGNIFICAÇÃO EM TEXTOS MULTIMODAIS

“Os problemas significativos que enfrentamos não podem ser resolvidos no mesmo nível de pensamento em que estávamos quando os criamos.”
Albert Einstein

Conforme poderá ser visto ao longo deste capítulo, entender os fenômenos da sustentabilidade e da significação em textos multimodais, dois pontos centrais neste trabalho, obriga a revisar, mesmo que brevemente, a história da ciência e como essa “evolução” viria a formar a atual visão de mundo e, conseqüentemente, a relação com o meio ambiente.

Em outras palavras, isso significa dizer que, mais importante do que iniciar este capítulo discutindo a atual crise ambiental, é fundamental começar apresentando a perspectiva aqui adotada, tendo em vista o fato de o paradigma da complexidade, também chamado de sistêmico⁵, perpassar todos os capítulos deste trabalho, além de ele ser fundamental para o entendimento dos fenômenos aqui investigados.

Dessa forma, este capítulo organiza-se da seguinte maneira: na seção 1.1, será visto o que são os paradigmas e a importância destes para o homem e para as ciências. Em seguida, na seção 1.2, será apresentado um panorama histórico da evolução do pensamento humano e como essa evolução contribuiu para a formação da visão de ciência e também de linguagem. Já na seção 1.3, serão discutidos os pressupostos que definem a visão tradicional de ciência e também as mudanças ocorridas na física no início do século XX, que fizeram emergir a necessidade de um novo paradigma científico e também de linguagem. Por fim, na seção 1.4, será apresentada a Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008), visto que essa perspectiva apresenta um outro olhar sobre os fenômenos linguísticos, mais especificamente o da significação em textos multimodais.

⁵ Neste trabalho, os termos “complexo” e “sistêmico” são usados paralelamente para representar o paradigma científico que surgiu no início do século XX em contraposição ao pensamento “reducionista-mecanicista” herdado da Revolução Científica do século XVII (VASCONCELLOS, 2002).

1.1 A noção de paradigma e sua importância para o mundo e as ciências

Para se compreender melhor o paradigma da complexidade, é fundamental que se entenda primeiramente o que vem a ser um paradigma, para que assim se possa, posteriormente, refletir sobre a importância dos paradigmas científicos no que concerne ao fenômeno da sustentabilidade e da significação em textos multimodais.

Com origem no grego *parádeigma* (“modelo”, “padrão”), Vasconcellos (2002, p. 29-30) afirma que o termo paradigma vem sendo amplamente usado para se referir “à forma como percebemos e atuamos no mundo”. Os paradigmas representam regras que definem o modo de ver e compreender o mundo. Para essa autora, os paradigmas, além de estabelecerem limites, também influenciam as percepções e ações, já que eles podem ser comparados a filtros que selecionam o que se percebe e reconhece, o que leva, muitas vezes, a se recusar e distorcer os dados que, nas palavras dessa autora, “escapam as nossas expectativas”.

Na mesma direção, Morin (2000, p. 25), um dos sociólogos precursores do pensamento complexo, afirma que os indivíduos “conhecem, pensam e agem segundo paradigmas culturalmente inscritos neles”. Vasconcellos (2002, p. 31) cita o exemplo do “paradigma do queijo”, no qual o neto, ao visitar os avós, corta o queijo como se fosse uma pizza, sendo imediatamente repreendido pelo avô, que lhe mostra o “jeito certo” de cortar o queijo. Esse banal exemplo demonstra a importância dos paradigmas no mundo, podendo estes também, ainda segundo Morin (2000, p. 25), “elucidar e cegar, revelar e ocultar”.

Morin (2011, p. 10) assegura que os paradigmas são “princípios ocultos que governam a nossa visão das coisas e do mundo sem que tenhamos consciência disso”. Os paradigmas também são responsáveis por controlar a lógica dos discursos, comandando a seleção de dados significativos e a recusa dos não significativos, o que leva a privilegiar algumas relações em detrimento de outras.

Em relação ao controle dos paradigmas sobre os discursos, ponto importante neste trabalho, é fundamental que se saiba que isso ocorre pelo fato de os paradigmas representarem um modo de “controlar ao mesmo tempo o lógico e o semântico” (MORIN, 2011, p. 112), ou seja, a forma como se organiza racionalmente o mundo e se dá sentido a ele.

Mais do que influenciar a visão de mundo, os paradigmas também foram determinantes para os rumos da ciência como ela é conhecida hoje. O paradigma científico atual representa, em boa parte, uma visão de mundo que começou a tomar forma há mais de 400 anos, quando Isaac Newton (1642-1727) elaborou a primeira grande síntese da física, que concebia o mundo como uma máquina. Essa visão mecanicista de mundo, também

compartilhada por Descartes (1596-1650), é central na origem da ciência moderna, já que representa o momento no qual a ciência se separa da filosofia e alcança o seu *status* de detentora da verdade e do conhecimento.

Thomas Kuhn (1998, p. 44), um dos mais importantes epistemólogos sociais da história, autor do livro *A estrutura das revoluções científicas*, entende os paradigmas científicos como “uma constelação de realizações – concepções, valores, técnicas etc. - compartilhada por uma comunidade científica e utilizada por essa comunidade para definir problemas e soluções legítimas”.

Ainda segundo Kuhn (1998), os paradigmas científicos adquirem seu *status* quando são mais bem-sucedidos que seus competidores na resolução das questões, ou dos problemas, que o grupo de cientistas acredita serem graves e urgentes.

Entretanto, por se tratar de uma atividade humana, assim como a linguagem, regida com regras e regulamentos próprios, a ciência também apresenta seus “pontos cegos”, ou seja, aquilo que escapa aos olhos do cientista. Essa limitação faz com que a ciência passe a ser alvo de críticas que se referem tanto à sua dificuldade em cumprir com seu projeto de verdade, como também a sua incapacidade em lidar com fenômenos complexos, o que faz emergir a necessidade de um novo projeto de ciência.

Nesse sentido, Maturana e Varela (2001, p. 260) afirmam:

Nossas visões do mundo e de nós mesmos não conservam registros de suas origens. [...] Daí que tenhamos tantos e renovados ‘pontos cegos’ cognitivos, que não vejamos que não vemos, que não percebamos que ignoramos. Só quando alguma interação nos tira do óbvio – por exemplo, ao sermos bruscamente transportados a um meio cultural diferente – e nos permitimos refletir, é que nos damos conta da imensa quantidade de relações que tomamos como garantidas.

Para se entender melhor as limitações do modelo atual de ciência, é importante revisar, mesmo que brevemente, a origem do pensamento que deu forma a essa visão, para que, assim, se possa refletir sobre a necessidade e o lugar do paradigma da complexidade na atual modernidade reflexiva.

1.2 A evolução do pensamento humano: da origem da razão à necessidade de um pensamento complexo

Vasconcellos (2002, p. 49) classifica em três os momentos do pensamento humano que deram forma ao que hoje é chamado de ciência, a saber: o pensamento dos gregos na Grécia Antiga, mais especificamente entre os séculos VIII e VI a. C.; o pensamento do homem medieval durante a Idade Média; e, por fim, o pensamento do homem moderno, com origem no século XVII.

A descoberta da razão, ou do *logos*, na Grécia Antiga, pode ser considerada o momento divisor de águas no pensamento humano, já que pela primeira vez na história o homem deixou de lado um pensamento baseado em mitos e partiu para uma visão racional sobre o mundo. Esse momento viria a se concretizar entre os séculos V e IV a. C., a partir dos trabalhos de Sócrates, Platão e Aristóteles, em Atenas. Esse “salto-qualitativo”, nas palavras de Vasconcellos (2002, p. 52), representa um ponto de não retorno na história do pensamento ocidental.

O filósofo Sócrates (469-399 a. C.) foi um dos primeiros a reconhecer a importância de um conhecimento que tivesse como base o argumento, sendo este o fio condutor necessário para se justificarem proposições. Platão (427-347 a. C.) e Aristóteles (384-322 a. C.) reforçaram a necessidade de se instalar um conhecimento que rompesse tanto com o mito quanto com as opiniões. Estas, para esses filósofos, eram incapazes de garantir qualquer verdade, já que partiam do que é subjetivo, do senso comum. Naquele momento, surgiram as primeiras ideias sobre argumentação e retórica, principalmente com os trabalhos de Aristóteles.

Vasconcellos (2002, p. 55) afirma que não era uma preocupação para os gregos saberem sobre uma realidade escondida aos olhos do homem. Para eles, o importante era saber que existe um mundo e que a realidade das coisas “nem sempre se revela integralmente”. Outro elemento fundamental naquele momento foi o surgimento da racionalidade matemática, que, puramente abstrata, podia ser utilizada sobre qualquer objeto.

Outra forma de racionalidade muito relevante durante aquela época foi a lógica, em especial a doutrina do silogismo proposta por Aristóteles. Um silogismo, ao apresentar três proposições (premissa, termo médio e conclusão), força a necessidade de uma lógica que crie nexos, ligando as coisas. Um exemplo clássico de silogismo é: “Todo homem é mortal. Sócrates é homem. Logo, Sócrates é mortal”. Outra característica dos silogismos é que estes procuram argumentos universais, e não aqueles que são válidos apenas para uma coisa.

A adoção dessa racionalidade trouxe consequências para a ciência. Dentre essas consequências, destacam-se, segundo Domingues (1992 *apud* VASCONCELLOS, 2002, p. 58): a exclusão do subjetivo, já que tudo é submetido à razão, ignorando aquilo que é particular; o expurgo do sensível, ao não valorizar aquilo que se relaciona às sensações e percepções; e por último a constante procura pela essência em detrimento de um olhar sobre as circunstâncias. Vasconcellos (2002) ainda ressalta que essas questões viriam a ser resgatadas apenas na Idade Moderna, a partir do século XVII, após um hiato de quase 20 séculos.

Durante este intervalo entre o pensamento dos gregos e do homem moderno, período que corresponde à chamada Idade Média, o conhecimento era limitado a uma filosofia de cunho religioso, baseado nas Sagradas Escrituras, o que dificultava reconhecer as fronteiras entre a filosofia e a teologia. Naquela época, as verdades da fé eram mais valiosas do que as verdades da razão, cabendo ao homem medieval esperar por uma eventual revelação divina que iluminasse sua razão. A grande dificuldade naquele momento era conciliar esses dois pensamentos, que se mostravam contraditórios em suas visões de mundo.

A partir do século XVII, ocorreu uma grande revolução no pensamento científico do homem, aqui já visto como moderno, quando a ciência se separou da filosofia e passou a caminhar junto a uma nova lógica: a da experimentação. Boa parte dessa mudança se deve ao surgimento das chamadas “ciências empírico-positivas”, que, com base na matematização da experiência, aplicavam um novo padrão de racionalidade, na qual a natureza era vista como atomizada, o que possibilitava o reconhecimento das leis que a governavam.

Um dos pensadores mais importantes nesse período foi o filósofo inglês Francis Bacon (1561-1626). Seu nome é comumente atribuído à proposta do método indutivo, no qual a base para se chegar a qualquer verdade era a observação da natureza e da experimentação. Nesse cenário, prevaleceu o raciocínio indutivo, e não o dedutível ou silogístico, que são puramente mentais.

Vasconcellos (2002, p. 61) cita outro personagem fundamental nessa história do pensamento, o físico italiano Galileu Galilei (1564-1642). Galileu é conhecido como o responsável por introduzir e valorizar o método experimental nas ciências da natureza, criando uma física não contemplativa. Vasconcellos afirma que o próprio Galileu costumava criticar Aristóteles por este priorizar a demonstração lógica e a dedução em detrimento da experimentação, conhecimento ao qual todos poderiam ter acesso, e não apenas alguns poucos privilegiados.

Essa autora cita também a relevância dos trabalhos de Galileu para um novo modelo de racionalidade baseado na matemática, além da invenção de um telescópio com grande poder de aumento, que possibilitou comprovar a rejeitada ideia de Copérnico (1473-1543) de que as leis de movimentação dos planetas têm como referência o Sol, e não a Terra, como se acreditava até então.

Outro personagem decisivo na formação da ciência foi o pensador, matemático e físico francês Descartes (1596-1650), que, com seu método do pensamento analítico, contribuiu para a separação entre a filosofia (o domínio do sujeito) e a ciência (o domínio da medida, da precisão). Descartes defendia como método de raciocínio a dúvida, já que, ao duvidar de tudo, a verdade apareceria ao lado da dúvida, e não mais ao lado de verdades preestabelecidas. Esse momento viria posteriormente a ser chamado de racionalismo e influenciou a cultura ocidental de forma considerável.

Capra (2002, p. 78), um dos físicos que defendem a mudança para um paradigma ecológico, sistêmico, afirma que o método analítico proposto por Descartes consistia em partir, ou fragmentar, a natureza de fenômenos complexos em partes menores, para que, a partir dessas partes, fosse possível compreender o comportamento do todo. Descartes teve como base para seus pensamentos uma visão de natureza que apresentava dois domínios independentes e separados – o da mente e o da matéria. No caso dessa segunda, ela representa uma visão na qual o universo material, incluindo os seres vivos, seria uma máquina governada por leis matemáticas exatas.

Outro personagem dessa história que contribuiu significativamente com essa visão mecanicista de mundo foi Isaac Newton (1642-1727), principalmente pelos seus trabalhos sobre as leis da mecânica, a teoria da gravitação universal e também com sua teoria da luz e da cor. Vasconcellos (2002, p. 62) assevera que o paradigma de ciência é comumente conhecido como o paradigma newtoniano do mundo como máquina.

Com sua visão mecanicista de mundo, Descartes e Isaac Newton contribuíram com um projeto de ciência que se propunha a ser universal, ou seja, que sua racionalidade deveria ser aplicada em diversos outros campos, tais como o físico, o mundo social, o político etc. Esse projeto teve início no campo da astronomia (física celeste) e na física (física terrestre) nos séculos XVI e XVII, para em seguida ser adotado nas ciências humanas nos séculos XVII e XVIII.

Nesse projeto de ciência, a racionalidade até então adotada já não se mostrava mais capaz de explicar o mundo, cabendo às técnicas e às experimentações “retirarem”, teoricamente, o homem de sua ignorância. Nesse momento, as técnicas assumiram um papel

central ao deixarem de lado a razão abstrata, priorizando uma verdade que só existe se for empiricamente comprovada.

Vasconcellos (2002, p. 63) afirma que posteriormente, no século XIX, as ciências positivas ou da natureza se separaram das ciências do homem, sendo esse o momento na história do pensamento humano no qual se introduz a ideia de que o homem não faz parte da natureza, mas é aquele que a controla.

A ideia inicial do filósofo Augusto Comte (1789-1857), um dos fundadores da escola que posteriormente viria a ser chamada de positivista, defendia que a filosofia deveria coordenar os resultados das diversas ciências, sendo o filósofo o especialista das generalidades. O pensamento positivista também influenciaria fortemente as teorias sociais e as ciências nos séculos XIX e XX. Vasconcellos (2002, p. 63) afirma que no pensamento positivista predomina a explicação da natureza “por meio da observação e da experiência, buscando as leis que regem os fenômenos”.

Capra (2002, p. 79) cita três características marcantes do positivismo, sendo elas: a ideia de que as ciências sociais deveriam procurar conhecer as leis gerais do comportamento humano, a ênfase na quantificação e a rejeição de todas as explicações baseadas em fenômenos subjetivos. Esses princípios, fortemente baseados na física clássica newtoniana, fundaram um conhecimento no qual o sujeito deve ser anulado, predominando o foco na objetividade. Nessa epistemologia positivista, o cientista deveria “atuar como uma câmera fotográfica, que dá a cópia fiel da coisa” (VASCONCELLOS, 2002, p. 64).

De acordo com Vasconcellos (2002, p. 64), a epistemologia positivista vinha se mostrando fértil tanto nas ciências da natureza quanto na fase inicial do campo das ciências do homem. Entretanto, logo se perceberam os limites dessa cientificidade para abordar questões do homem e da sociedade, o que levou as ciências humanas a construir seus próprios modelos de cientificidade. Na área da linguagem, não foi muito diferente.

Todas essas mudanças apresentadas até este momento contribuíram para um maior controle do homem sobre a natureza, o que possibilitou todo o desenvolvimento técnico-científico dos últimos séculos. Por outro lado, junto com todo esse avanço, novos fenômenos surgiram, obrigando o homem a repensar sua postura em relação à exploração dos recursos naturais, e também a sua visão de ciência, reforçando a necessidade de um novo salto qualitativo, um novo paradigma mais capaz de lidar com esses novos desafios.

Em relação à questão da sustentabilidade especificamente, Capra (1986, 1996) defende em seus trabalhos a tese de que as atuais crises na verdade são diferentes facetas de uma única crise: a da percepção. Segundo esse autor, essa crise deriva de uma visão de mundo que se

tornou obsoleta, fortemente baseada no paradigma cartesiano-newtoniano, apresentado anteriormente. Essa percepção de realidade se tornou inadequada por não reconhecer a realidade atual, marcadamente globalizada e superpovoada.

Capra (1996, p. 221) afirma ainda que o grande desafio para se alcançar um paradigma sustentável ocorre pela dificuldade de se romper com a lógica do sistema econômico atual, já que este valoriza a competição, a expansão e a dominação, enquanto uma economia sustentável teria como foco a cooperação, a conservação e a parceria.

A essa altura, o leitor já deve ter percebido o motivo que levou a iniciar este capítulo apresentando as noções de paradigma e paradigma científico. Caso ainda não, explica-se: entender o fenômeno da sustentabilidade e o papel da linguagem na construção de realidades neste discurso exige que se entenda como a evolução do pensamento alterou significativamente a forma como se dá a relação do homem com a natureza e como dessa relação a atual crise ambiental emergiu recentemente.

Além disso, se o pensamento que levou a essa crise tem suas bases em uma visão tradicional de ciência e de mundo, o que implica um tipo específico de relação homem/natureza, é importante que se rompa com essa visão tradicional, para que, assim, se possa partir para um paradigma complexo, muito mais capaz de lidar com essa questão.

Nessa direção, serão apresentados na seção a seguir alguns dos motivos principais que levaram a ciência tradicional a reconhecer a necessidade de um paradigma complexo tanto de mundo quanto de ciência. Além disso, serão trazidos alguns fatos marcantes da história recente no campo da física que abalaram significativamente o paradigma newtoniano, dando espaço para o paradigma einsteiniano ou quântico.

1.3 A emergência do paradigma da complexidade: por uma visão de ciência e de mundo

Antes de serem apresentados os motivos que fizeram emergir a necessidade de um novo paradigma científico, mais capaz de lidar com as questões do que a ciência tradicional havia se mostrado incapaz, cumpre primeiramente apresentar os três pressupostos básicos que definem o paradigma da ciência tradicional, fortemente influenciado pelo pensamento do homem grego, medieval e moderno, aqui já apresentados, para que, assim, se possa, em seguida, apresentar os pressupostos que definem esse novo paradigma científico, chamado de complexo ou sistêmico.

Vasconcellos (2002, p. 69) cita três pressupostos predominantes no paradigma tradicional de ciência, a saber: o pressuposto da simplicidade, no qual se acredita que o mundo complexo pode ser compreendido pela separação do todo em menores partes e do estudo dessas partes; o pressuposto da estabilidade, no qual o mundo é concebido como algo estável, previsível, determinado; e, por fim, o pressuposto da objetividade, no qual se defende a possibilidade de se conhecer o mundo objetivamente, ou seja, uma realidade independente ao olhar do observador.

O pressuposto da simplicidade envolve o pensamento de que atrás do mundo complexo existe um mundo simples, podendo este ser compreendido pela separação desse todo em partes menores e o estudo dessas partes. Essa fragmentação faz com que o cientista crie classificações dos objetos e dos fenômenos ao seu redor, o que o leva muitas vezes a realizar escolhas que o obriga a assumir visões dualistas nas quais o subjetivo, o “não classificável”, é ignorado, excluído.

Outra operação importante no pressuposto da simplicidade é a redução, na qual se acredita que fenômenos complexos podem ser reduzidos até chegarem a níveis considerados compreensíveis. Essa redução leva à fragmentação do conhecimento científico em áreas ou disciplinas científicas, o que impede a adoção de uma visão transdisciplinar do conhecimento. Essa questão representa um dos maiores desafios da educação atual, marcadamente fragmentada.

Esse modo de refletir sobre o universo fortalece a crença na chamada causalidade linear, que entende que a cada fenômeno observado (y) corresponde uma causa (X) e cada fenômeno (y) tem efeitos (z). Essa causalidade linear significa que só podem ser aceitos como causas de um fenômeno eventos que tenham acontecido antes deste, ou seja, algo que “lhe seja concomitante” (VASCONCELLOS, 2002, p. 77).

Outro pressuposto da visão tradicional de ciência é a estabilidade, na qual o mundo é visto como algo estável, ordenado, e que nele as coisas se repetem com regularidade. Essa visão tem origem na física, primeiro campo do conhecimento a reconhecer com exatidão uma realidade mediante as leis gerais da mecânica. Vasconcellos (2002, p. 85) afirma que alguns historiados acreditam que esta visão de “leis da natureza” está relacionada à ideia cristã da existência de um Deus legislador e onipotente.

Já o pressuposto da objetividade envolve a crença de que, por meio do conhecimento das leis e dos mecanismos de funcionamento, seja possível revelar o mundo de forma objetiva, ou seja, tal como ele é em sua realidade. Para alcançar esse objetivo, Vasconcellos

(2002, p. 91) assegura que o pesquisador nunca pode “contaminar” os resultados de suas pesquisas, mantendo sua voz subjetiva afastada.

Esses três pressupostos acabaram definindo os caminhos que as outras áreas do conhecimento deveriam seguir para alcançar o *status* de ciência, o que nunca foi uma tarefa fácil para a biologia e as ciências humanas. No caso dessa primeira, sua maior dificuldade se referia à estabilidade dos fenômenos biológicos, marcadamente complexos. Já nas ciências humanas, o desafio principal era apresentar a objetividade exigida pelo modelo científico tradicional, já que o homem, objeto de estudo, era o próprio sujeito do conhecimento. Essa dificuldade fez com que as ciências humanas adotassem boa parte do pensamento positivista de Auguste Comte, já que este havia alcançado êxito nas ciências da natureza e na fase inicial das ciências do homem (VASCONCELLOS, 2002, p. 64).

Todo esse sucesso da ciência tradicional começou a cair por terra no início do século XX, quando diversas descobertas, principalmente no campo da física quântica, possibilitaram que se adentrasse nos mundos atômico e subatômico, demonstrando uma realidade de fenômenos quânticos que as leis da mecânica não conseguiam compreender e rompendo com os pressupostos da simplicidade, estabilidade e objetividade.

Essa nova realidade abalou profundamente o paradigma newtoniano de ciência, principalmente por demonstrar uma realidade que desafiava os próprios limites das leis da física. Para se ter uma ideia do impacto dessas descobertas, seguem algumas palavras do físico teórico Werner Heisenberg (*apud* CAPRA, 1989, p. 49), ganhador do prêmio Nobel pelos seus trabalhos em mecânica quântica no ano de 1932:

A reação violenta ao recente desenvolvimento da física moderna só pode ser entendida quando se percebe que, neste ponto, os alicerces da física começaram a se mover e que esse movimento provocou a sensação de que a ciência estava sendo separada de suas bases.

Capra (1986, p. 63) afirma que a grande contribuição de Heisenberg foi sua capacidade de provar, por meio de uma matemática precisa, a existência de limitações dos conceitos clássicos da física quando se entrava no nível do mundo subatômico. Esse princípio, conhecido como “princípio de incerteza”, demonstrava, de uma forma geral, a impossibilidade de se saberem, com grande precisão, a posição e o momento de uma partícula.

O princípio de incerteza também foi significativo para uma mudança de pensamento na ciência tradicional em relação ao seu pressuposto de objetividade, já que provou que nem

mesmo a mensuração podia garantir certezas e verdades, além do fato de o cientista ser um sujeito que acaba se tornando uma intervenção perturbadora sobre o que quer conhecer, alterando suas propriedades originais. Essa última constatação foi possível a partir de experimentos que verificaram que, ao lançar luz sobre um elétron a fim de vê-lo, a posição e a velocidade desse elétron eram alteradas por essa luz (VASCONCELLOS, 2002, p. 108-109).

Além dos avanços no mundo quântico, outras descobertas no campo da física alteraram profundamente a visão de mundo e de ciência. Exemplo disso foram as formulações das leis da termodinâmica e do conceito de entropia.

Capra (1996, p. 43) destaca a segunda lei da termodinâmica, também chamada de “Lei da dissipação de energia”, que reconhece a existência de uma tendência nos fenômenos físicos de caminharem da ordem para a desordem. Em outras palavras, essa Lei reconhece que qualquer sistema físico isolado avançará na direção de uma desordem sempre crescente. Esse autor afirma que, para expressar essa evolução de forma matemática, Rudolf Clausius introduziu uma nova forma de medida, chamada de entropia ou “medida da desordem”. A entropia representava uma unidade de medida que não podia ser conhecida com base na mecânica newtoniana, o que demonstrou mais uma limitação do paradigma científico tradicional.

O aumento de entropia nos sistemas físicos permaneceu um mistério para a física até que Ludwig Boltzmann (1884-1906) veio a reconhecer que o que era chamado de calor para a termodinâmica, na verdade, era a agitação desordenada de moléculas ou de átomos, o que provou toda a desordem presente no universo físico, desestabilizando profundamente a visão de mundo como uma máquina que segue leis fixas. Boltzmann só conseguiu avançar nessa questão com a introdução do conceito de probabilidade, que, segundo Capra (1986, p. 59), possibilitou o entendimento dos sistemas mecânicos complexos por meio de leis estatísticas, e da termodinâmica, com a chamada mecânica estatística.

Para Vasconcellos (2002, p. 107-109), essas novas questões levantadas pela física criaram três problemas para o paradigma tradicional da ciência, contribuindo com a emergência de uma nova epistemologia, sendo eles: o problema lógico, o problema da desordem e o problema da incerteza.

No caso do problema lógico, as descobertas no mundo microfísico demonstraram que a lógica clássica até ali adotada era insuficiente para lidar com essa realidade recém-descoberta.

Já o problema da desordem é resultado dos avanços no campo da termodinâmica que demonstraram para a comunidade científica que o mundo não funcionava como uma máquina

perfeita, como se acreditava até então, mas que ele apresenta uma tendência natural à desordem, à degradação.

Por fim, o problema da objetividade, no qual o princípio da incerteza de Heisenberg revelou que o cientista se torna uma intervenção perturbadora sobre aquilo que pretende conhecer, o que impede que se alcance essa objetividade tão desejada na ciência.

Para Morin (2011, p. 61), essas reflexões do início do século XX demonstraram um paradoxo sobre a visão do universo, já que, se por um lado este parecia caminhar para uma entropia geral, ou seja, para uma “desordem máxima”, por outro as coisas nesse mesmo universo pareciam “se organizar, se complexificar e se desenvolver”. Esse paradoxo demonstrou a necessidade de uma ciência que rompesse com os pressupostos da simplicidade, da estabilidade e da objetividade da ciência tradicional, dando luz ao pensamento complexo ou sistêmico.

Conforme Vasconcellos (2002, p. 101-102), três pressupostos definem esse novo paradigma da ciência contemporânea, sendo eles: o pressuposto da complexidade, que, diferentemente do da simplicidade, reconhece as inter-relações existentes entre todos os fenômenos do universo; o pressuposto da instabilidade, no qual o mundo é visto como “em processo de tornar-se”, e não uma entidade “pronta”, “acabada”; e o pressuposto da intersubjetividade, que rompe com o da objetividade ao reconhecer o conhecimento científico do mundo como “construção social, em espaços consensuais, por diferentes sujeitos/observadores”.

Ainda em relação à dimensão complexa da ciência, esta só seria realmente aceita pela comunidade científica nas últimas décadas, principalmente após o colóquio realizado na cidade de Cérisy, na França, em junho de 1984, no qual cientistas de diversos campos reconheceram que era hora de abordar as questões complexas, fazendo-a objeto de estudo e de pesquisa sistemática, e não mais utilizar desse termo como “justificativa da falta de uma teoria ou da insuficiência das explicações” (VASCONCELLOS, 2012, p. 105).

Os textos publicados nos anais desse evento, intitulados *As Teorias da Complexidade*, compartilhavam da ideia de que o estudo do complexo não poderia mais ficar restrito ao campo da biologia, como havia sido até então, mas que era a hora de também ser aceita pela física, até então acostumada a lidar com fenômenos homogêneos (VASCONCELLOS, 2012, p. 106). Essa dificuldade em lidar com elementos homogêneos também sempre representou um desafio para os estudos acerca dos fenômenos da linguagem, o que justifica a escolha por essa perspectiva neste trabalho.

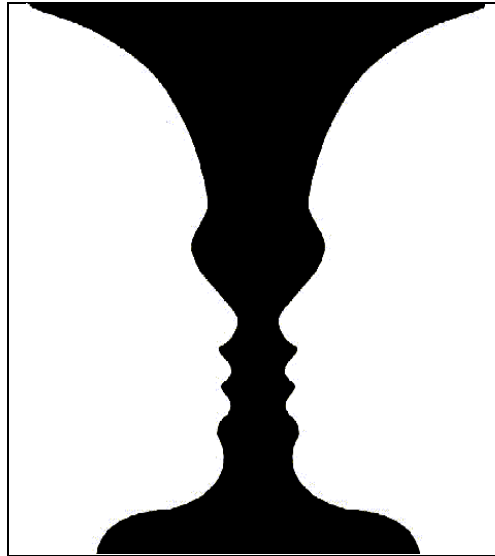
Etimologicamente, Morin (2011, p. 13-14) afirma que o termo complexidade tem sua origem no grego *complexus* (o que é tecido junto) e representa, em um primeiro momento, “um tecido de constituintes heterogêneas inseparavelmente associadas”. Em um segundo momento, ainda de acordo com esse autor, a complexidade é de fato “o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico”.

A complexidade ressurge nas ciências pelo mesmo caminho que a tinha anteriormente expulsado, o da física, quando no início no século XX toda a visão de mundo determinista precisou ser repensada após os cientistas descobrirem que a partícula “não é um primeiro tijolo, mas uma fronteira sobre uma complexidade talvez inconcebível” (MORIN, 2011, p. 14).

Pressupor a complexidade significa que, mais importante do que delimitar o objeto de estudo, é a contextualização desse objetivo. Para Vasconcellos (2002, p. 111-112), o ato de contextualizar representa um exercício que leva à ampliação de foco, o que possibilita que o objeto seja estudado dentro do sistema no qual ele está inserido. Isso significa que contextualizar significa a possibilidade de observar um objeto que interage com outros sistemas, o que nos leva a um “sistema amplo”, capaz de reconhecer as relações entre os elementos envolvidos no sistema.

Uma imagem muito utilizada para representar a importância da ampliação do foco na perspectiva da complexidade é a do Vaso de Rubin. Conforme se pode ver na Figura 1 apresentada logo a seguir, o Vaso de Rubin pode ser visto tanto como um cálice quanto duas faces que se encaram, dependendo apenas do foco que se configura sobre essa imagem. Essa metáfora visual serve para demonstrar que, ao configurar um foco sobre o sistema, e não sobre os elementos, estes não desaparecem, mantendo cada um a sua importância.

Vasconcellos (2002, p. 114) sugere duas perguntas-chave para a tarefa de contextualizar o objeto: “Em que condições o fenômeno no qual estou interessado acontece?” e “Como o vejo relacionado com outros elementos do sistema?” É importante ressaltar, ainda de acordo com essa autora, que contexto aqui não significa apenas ambiente, mas as relações entre todos os elementos envolvidos.

FIGURA 1 – O Vaso de Rubin

Fonte: Disponível em: <<http://ideafixa.com/wp-content/uploads/2013/03/rubin.png>>
Acesso em: 10, jan. 2015, 12:24:30.

Essa Figura também demonstra visualmente que a contextualização possibilita ao cientista um rompimento com o pressuposto da simplicidade, no qual fenômenos complexos são simplificados para que possam ser compreendidos, já que oferece um caminho no qual o simples é integrado ao complexo, realizando, assim, um processo lógico de conjunção, e não de distinção, como ocorre na ciência tradicional.

Nesse sentido, pode-se resumir que o pensamento complexo realiza “operações lógicas contrárias às de disjunção e da redução” (VASCOCELLOS, 2002, p. 113), lógicas que orientam o pensamento simplificador, e propõe a lógica da distinção, na qual o cientista distinguirá o objeto do seu contexto sem isolá-lo deste, e também a da conjunção, na qual, ao configurar o foco sobre as relações, o cientista se torna capaz de “estabelecer inter-relações e articulações”, o que possibilita integrar o simples no complexo.

Além dos pressupostos da complexidade, da instabilidade e da intersubjetividade, Morin (2011, p. 73-74) sugere três princípios para auxiliar na tarefa de pensar a complexidade: o dialógico, o da recursividade e o hologramático.

O princípio dialógico permite que posicionamentos, geralmente considerados antagônicos, não sejam vistos como contraditórios, mas complementares e importantes para a manutenção um do outro. Por essa visão, não existe ordem se não houver desordem, vida se não houver morte, escuridão se não existir a luz etc. Segundo Morin (2011, p. 74), o princípio dialógico permite que se mantenha “a dualidade no seio da unidade”.

O segundo princípio, o da recursividade, se refere ao fato de que cada momento, evento ou situação é ao mesmo tempo produtor e produzido. Morin (2011, p. 74) afirma que a ideia da recursividade também é válida sociologicamente, visto que a sociedade é formada pelas interações entre os indivíduos e que, uma vez produzida, “retroage sobre os indivíduos e os produz”. Esse princípio representa uma ruptura com a ideia linear de causa e efeito do pensamento cartesiano. É com base nesse princípio que se entende que a linguagem forma o social da mesma maneira que é formada por ela em um processo de autoinfluência contínua.

Por fim, o princípio hologramático, que reconhece a característica dos sistemas complexos de serem autossimilaridades, ou seja, as partes contêm o todo e o todo contém as partes. Essa visão rompe com o reducionismo cartesiano, que só consegue enxergar as partes, e com o holismo, que só é capaz de ver o todo. Essa perspectiva caminha na direção da ideia formulada por Pascal de que não é possível conceber o todo sem as partes, nem as partes sem o todo (MORIN, 2011, p. 74).

1.4 A Teoria da Complexidade: um outro olhar sobre a significação em textos multimodais

A abordagem complexa sobre os fenômenos da língua teve início no ano de 1997, quando Larsen-Freeman publicou seu artigo seminal intitulado “Chaos/Complexity Science and Second Language Acquisition”, no qual sugere o uso da teoria do caos e da complexidade como metáforas para a compreensão do processo de aquisição de uma segunda língua.

Posteriormente, em 2008, Larsen-Freeman e Cameron apresentaram em sua obra *Complex Systems and Applied Linguistics* diversas discussões em linguística aplicada sobre o viés da complexidade. Segundo essas autoras, uma das características que definem um sistema complexo é que seu comportamento emerge da interação entre seus componentes. No caso deste trabalho, o comportamento emergente são os significados produzidos.

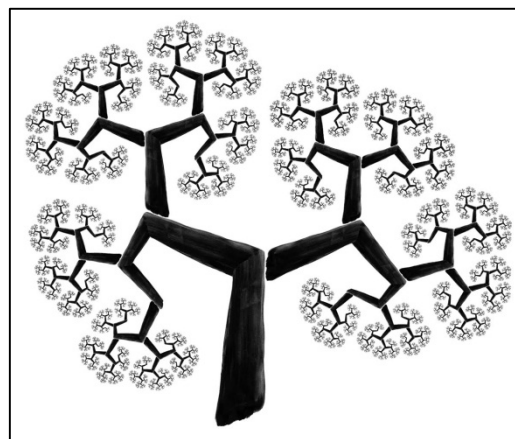
Holland (1995) e Larsen-Freeman e Cameron (2008, p. 36) citam algumas das características dos sistemas complexos, a saber: (1) são sistemas abertos, isto é, sofrem influência de sistemas externos ao mesmo tempo em que os influenciam; (2) não linearidade, ou seja, um fenômeno não pode ser atribuído a uma única causa. Como o sistema é formado por diversos elementos agregados, a interação entre as partes concorre para um efeito multiplicativo e para a emergência de padrões que não se explicam pelo mero exame do

comportamento dos elementos agregados de forma isolada; (3) auto-organização, que se refere ao surgimento, num sistema complexo, de um novo estado num nível de organização mais alto do que o anterior. A recursão é um elemento essencial da auto-organização, uma vez que, conforme essa propriedade, o sistema é capaz de produzir a si mesmo a partir das mudanças do meio; (4) sensibilidade às condições iniciais – esta propriedade se refere ao fato de esses sistemas serem muito sensíveis a mudanças do meio ambiente; essa característica é conhecida como “efeito borboleta”; e (5) dinamicidade: os sistemas complexos estão sempre em evolução, alternando períodos de estabilidade e mudança.

Além dessas características, os sistemas complexos também possuem regiões para as quais o sistema tende a se mover. Essas áreas “preferidas” do sistema são chamadas de atratores e recebem esse nome por representarem o padrão para o qual o sistema é atraído. Resende (2009, p. 59) ressalta que esses padrões de movimentos “atraem” pontos em sua órbita que determinam um comportamento típico em longo prazo.

Ainda em relação aos atratores, é fundamental pontuar que estes apresentam a forma de um fractal, que Larsen-Freeman (1997, p. 146) explica ser “uma figura geométrica que é autossimilar em diferentes níveis de escala”.⁶ Uma imagem muito utilizada na complexidade para ilustrar um fractal é a de uma árvore. Eis um exemplo de geometria fractal na Figura 2.

FIGURA 2 – Fractal



Não é difícil observar na Figura 2 as autossimilaridades em diferentes níveis de escala que uma árvore possui. Se for observada com mais atenção, ver-se-á que, independentemente do foco que se dê, seja na árvore ou em seus galhos, sempre o mesmo

⁶ Minha tradução de “[...] a geometric figure that is self-similar at different levels of scale”.

padrão se repete, revelando, assim, uma reprodução de si mesmo (Larsen-Freeman, 1997, p. 146).

Essa metáfora visual ilustra o comportamento de sistemas complexos e será retomada no terceiro capítulo, quando serão verificados os atratores discursivos presentes em todos os textos analisados e o processo de fractalização que leva à construção da recursividade da língua e evoca outros sistemas, tais como o social e o cultural, que são constitutivos da língua.

Morin (2011), um dos teóricos que defendem a adoção do paradigma da complexidade na ciência, discorre sobre três princípios fundamentais dessa epistemologia: o dialógico, que não vê os opostos como contraditórios, mas como necessários na manutenção um do outro; o recursivo, que se refere ao fato de que cada momento, evento ou situação é ao mesmo tempo produtor e produzido; e o hologramático, que se refere à característica dos sistemas complexos de serem autossimilaridades, o que significa que as partes contêm o todo e o todo contém as partes.

Dadas essas considerações acerca das noções de paradigmas, paradigmas científicos e a Teoria da Complexidade, serão apresentadas no capítulo a seguir algumas das teorias linguísticas de base sistêmica e sociossemióticas, que ajudarão a responder às perguntas que norteiam esta pesquisa.

CAPÍTULO II

Gramática Sistêmico-Funcional e Gramática do *Design Visual*: o complexo processo de significação em textos multimodais

2.1 A Gramática Sistêmico-Funcional

A Gramática Sistêmico-Funcional (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004; EGGINS, 2004; THOMPSON, 2003) vem, ao longo dos anos, ganhando espaço nos cenários nacional e internacional de pesquisas em linguística e linguística aplicada. Parte desse sucesso se deve ao fato de essa gramática apresentar um quadro interpretativo e descritivo útil, já que considera em suas análises uma visão de língua que reconhece esta como atividade social, ou seja, um recurso com o qual se produzem significados no mundo social.

Na perspectiva hallidayana, desenvolvida continuamente há mais de 40 anos, a língua é interpretada como um sistema semântico; não semântico apenas ao que concerne aos significados das palavras, como se está usualmente acostumado, mas sim por todo o sistema de significados existentes na língua. Neves (1994, p. 118) acredita que não é possível explicitar uma interpretação de um texto sem recorrer a uma gramática, já que é esta que permite que se interprete como as palavras e os enunciados codificam significados.

Isso significa dizer que o objetivo da gramática funcional é revelar, mediante uma investigação semântica dessas sequências de palavras, quais significados foram ali codificados e com quais objetivos. Castilho (1994, p. 76) afirma que a gramática funcional “toma os sistemas semânticos e discursivos como *inputs* e o sistema sintático com o *output*”, o que em outras palavras significa dizer que a estrutura da língua existe da necessidade de se cumprirem certas funções, e não que ela disponha por si só de uma estrutura.

Embora a proposta da gramática apresentada por Halliday discuta em detalhes as organizações estruturais das orações, o interesse principal desse linguista sempre foi o dos significados da língua em uso nos processos textuais da vida social, ou seja, a esfera sociossemântica do texto (EGGINS, 2004, p. 2).

Para Halliday e Matthiessen (2004, p. 3), ao falarem e escreverem, as pessoas estão produzindo textos, o que significa dizer que o termo texto se refere, nessa perspectiva, a qualquer instância de uso da língua, em qualquer meio. Esses autores ainda reconhecem toda a riqueza multifacetada dos textos ao afirmarem como, por meio destes, é-se capaz de codificar três níveis de significados simultaneamente.

Eggin (2004, p. 3) entende que os significados produzidos nos textos são fortemente influenciados “pelo contexto cultural e social no qual eles são negociados”. Diante disso, o

uso da língua passa a ser um processo semiótico, no qual os produtores de textos produzem suas mensagens por meio de diferentes possibilidades de escolhas e configurações.

Thompson (2003, p. 9) esclarece que, na GSF, “escolha” não significa necessariamente um processo consciente de seleção por parte do falante. Essa ressalva de Thompson nos leva a refletir sobre as motivações envolvidas em tais escolhas. Aliás, a noção de escolha é um conceito-chave nesta abordagem, já que considera que o produtor de uma mensagem, ao privilegiar certas escolhas, acaba por ignorar diversas outras, o que demonstra que esses significados passam a ser socialmente motivados, ou seja, produzidos dentro dos interesses e dos objetivos comunicativos dos seus produtores.

Ainda segundo esse autor, a GSF tem como propósito investigar tanto as escolhas dos tipos de significados que se quer expressar, ou seja, as funções que se pretende desempenhar com a língua, como também os tipos de palavras que são utilizados para nomear esses significados. Para Thompson (2003, p. 9), essas duas perspectivas são complementares, já que reconhece a necessidade de se identificarem as opções linguísticas (lexicais e estruturais) que o sistema linguístico oferece e também os significados que cada uma dessas escolhas pode representar.

Essa noção de escolha, central na GSF, é aqui usada para fundamentar o pressuposto de que os autores das reportagens sobre as empresas modelos em sustentabilidade que constituem o *corpus* desta pesquisa não fizeram escolhas aleatórias, mas sim escolhas específicas dentro de um leque de possibilidades disponíveis na língua para comunicarem seus posicionamentos e ideias. Assim, a linguagem é entendida como um recurso com o qual se constroem significados em contextos sociais específicos (EGGINS, 2004, p. 2).

Para Halliday e Matthiessen (2004), as orações possuem a capacidade de codificar três tipos de significados simultaneamente, o que demonstra sua natureza multifacetada. Esses significados estão presentes nas chamadas metafunções ideacional, interpessoal e textual.

A metafunção ideacional se refere à forma como se fala sobre os mundos interno e externo através da linguagem, o que inclui os mundos que existem em nossas mentes. No caso da metafunção interpessoal, esta está relacionada aos momentos em que se utiliza a língua para interagir, influenciar comportamento, além de estabelecer e manter relações com as pessoas. Por fim, a metafunção textual se relaciona à forma como, ao utilizar a língua, acaba-se por organizar as mensagens de diferentes formas. Para o presente trabalho, será fundamental a metafunção ideacional, mais especificamente o sistema de transitividade (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004).

Thompson (2003, p. 89) esclarece que a transitividade, sob o viés da GSF, possui um sentido maior do que apenas a familiar forma de distinguir verbos que precisam ou não de objeto. Para o autor, a transitividade se refere a “um sistema que descreve toda a oração, mais do que apenas o verbo e objeto”. Na linha desse autor, Eggins (2004, p. 253) entende que a transitividade é a “realização na oração de escolhas contextuais”. Assim, ao selecionar os tipos de processos (verbos) que serão utilizados, e as configurações que os participantes (sujeitos) terão, estes acabam por escolher ativamente representar a experiência de um modo particular.

2.2 Metafunção Ideacional – O Sistema de Transitividade

Halliday e Matthiessen (2004, p. 170) afirmam que a nossa mais poderosa impressão sobre as experiências é constituída por uma série de eventos ou ações (*going-ons*). Tais conjuntos de ações formam, junto aos participantes e às circunstâncias, um complexo oracional, chamado por esses autores de matriz semiótica. Tal matriz representa o aspecto experiencial do discurso, ou seja, as realidades internas e externas do mundo construídas a partir da linguagem. O sistema gramatical pelo qual isso é alcançado é chamado de Sistema de Transitividade.

Apesar de o termo transitividade ser tradicionalmente conhecido como o modo que se utiliza para verificar se o verbo possui um objeto ou não, ao se adotar a visão funcional hallidayana, esse termo passa a ter um sentido mais amplo, já que deixa de lado essa lógica que prioriza a relação entre verbo e objeto, e parte para uma visão da oração como um todo.

Thompson (2003, p. 88-89) ressalta que, embora o sistema de transitividade apresentado por Halliday também priorize os verbos em sua análise, tal foco é justificável e fundamental, já que é pela investigação dessa classe de palavras que se pode identificar como os participantes envolvidos na oração estão sendo representados.

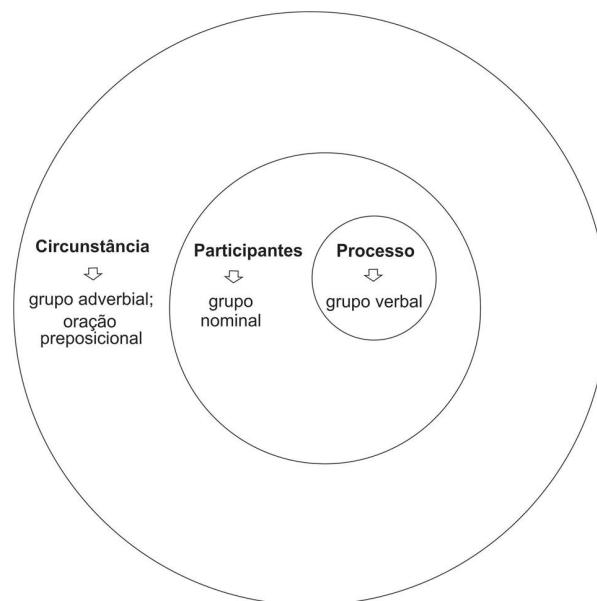
Eggins (2004, p. 213-214) afirma que, ao se olhar a oração pela dimensão da metafunção ideacional e do sistema de transitividade, está-se olhando para a gramática da oração como representação. Essa autora ressalta ainda que, mais do que identificar as diferenças entre os tipos de processos, é importante também observar a influência que tais diferenças exercem nos papéis dos participantes e nas circunstâncias.

No que concerne a essas últimas, Thompson (2003, p. 88) explica que as circunstâncias são percebidas nas orações por meio de grupos adverbiais ou de sintagmas

preposicionais. Segundo esse autor, as circunstâncias geralmente são opcionais e refletem o *background* por trás da oração.

Taveira (2009, p. 74) compara o sistema de transitividade com o sistema solar, no qual o Sol representa os processos; seguido pelos planetas, representando os participantes; e por fim, na parte mais externa, as circunstâncias, a “órbita” do sistema. A Figura 3 exemplifica essa analogia.

FIGURA 3 – Elementos Centrais e Periféricos na Estrutura da Oração



Fonte: com base em Halliday e Matthiessen (2004, p. 176).

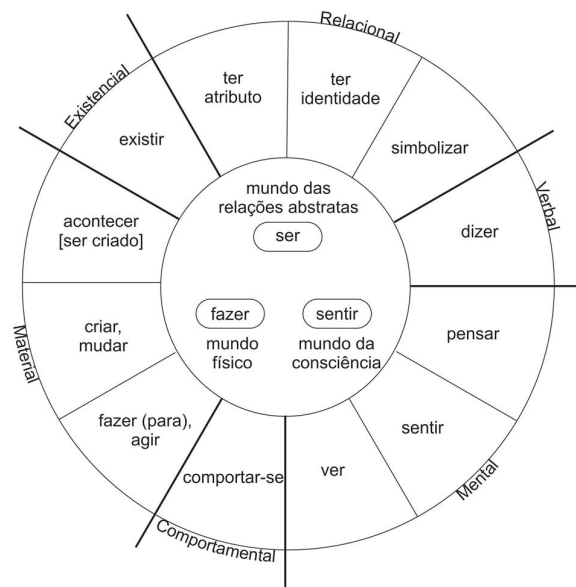
Para Halliday e Matthiessen (2004, p. 170), no sistema de transitividade, cada tipo de processo possui seu modelo ou esquema próprio de construir um domínio particular de experiências do mundo, tanto o externo (eventos, coisas, qualidades) quanto o interno (pensamentos, crenças, sentimentos).

Thompson (2003, p. 90) reconhece a dificuldade em se categorizarem essas experiências representadas nos processos (grupo verbal). Na visão desse autor, nem sempre é fácil reconhecer o tipo de processo com que se está lidando ou até mesmo identificar o papel que o participante está desempenhando na oração. Esse autor alerta ainda para o fato de que “algumas categorias são bastante complexas quando nos atentamos aos detalhes”.⁷

Assim, conforme se pode observar na Figura 4 apresentada logo a seguir, Halliday e Matthiessen (2004) reconhecem seis tipos de processos, sendo três principais (material, mental e relacional) e três intermediários (verbal, comportamental e existencial).

⁷ Minha tradução de “some of the categories are fairly complex once you get on to the details”.

FIGURA 4 – A Gramática da Experiência: os tipos de processos



Fonte: com base em Halliday e Matthiessen (2004, p. 172).

Ao apresentar os diferentes tipos de processos, Halliday e Matthiessen (2004, p. 170) afirmam que, por volta dos três, quatro meses de idade, já se é capaz de fazer uma distinção básica entre experiências externas, representadas nas ações que acontecem no mundo ao redor, e as experiências internas, com as ações presentes, no mundo da consciência, o que inclui as emoções, a imaginação e a percepção.

Nessa linha de raciocínio, esses autores asseguram que, mesmo sendo difícil entender as experiências internas, estas seriam em boa parte resultado da relação entre os *replays* das ações externas, que registram, reagem e refletem essas experiências; e em sua outra parte pela separação que se faz na consciência entre os diferentes tipos de “ser/estar”.

A gramática é o que possibilita, então, distinguir claramente esta separação entre as experiências externas, representadas nos processos materiais, e as internas, observadas nos processos mentais presentes na oração.

Considerado um dos mais diversos e salientes tipos de processos, Thompson (2003, p. 90) afirma que os processos materiais são aqueles que envolvem ações físicas, tais como: correr, lançar, cozinhar e sentar, dentre outros. Eggins (2003, p. 215), na mesma direção, assevera que esses tipos de processos estão relacionados ao fazer, a ações concretas, tangíveis. Essa autora cita dois tipos de participantes mais frequentes nas orações com processos materiais: o ator (*actor*) e a meta (*goal*). No caso do ator, este é o participante que desempenha uma ação. Já a meta representa o participante para quem, ou o que, a ação é direcionada.

Cumpramos ressaltar que todo processo material possui um ator, inclusive no caso de orações nas quais o sujeito é elíptico. Thompson (2003, p. 90) destaca que, apesar de ser mais fácil reconhecer esse participante quando se trata de um ser humano, o ator também pode estar representado por um ser inanimado ou por entidades abstratas.

No que se refere à meta, Halliday e Matthiessen (2004, p. 181) afirmam que o importante nesse conceito de participante não é o fato de esse ser o sujeito da oração que “sofre” ou “é submetido a uma ação”, mas sim que esse é o elemento da oração ao qual o processo está estendido.

A presença do ator é inerente em processos materiais transitivos e intransitivos, diferentemente da meta, que ocorre apenas em orações nas quais tem-se um processo material transitivo. É relevante citar que os processos materiais também podem apresentar outros três tipos de participantes: o escopo (*scope*) o recebedor (*recipient*) e o cliente (*client*).

O escopo pode ser entendido como uma extensão do processo, já que, por se tratar de um elemento que é independente, a sua função é completar o significado desse processo. O escopo pode assumir dois diferentes tipos de funções: (a) construir o domínio sobre o qual o processo ocorre ou (b) construir o próprio processo.

No caso do recebedor, este representa o papel de beneficiário da ação realizada, aquele a quem alguma coisa é dada. Halliday e Matthiessen (2004, p. 192) aludem que esse participante é representado nas orações por intermédio de grupos nominais, especialmente pronomes pessoais que denotam seres humanos.

Assim como o recebedor, o cliente também é percebido por meio de grupos nominais, mas, neste caso, não se refere a um participante que recebe algo, mas sim aquele para quem algo é feito.

Diferentemente dos processos materiais, nos quais se fala sobre ações concretas, os processos mentais representam nossas experiências internas no mundo da consciência, o pensar e sentir. Eggins (2004, p. 225) afirma que Halliday divide os processos mentais em três classes: cognição (verbos de pensar, entender, saber etc.), afetivo (verbos de gostar, temer etc.) e percepção (verbos de ver, ouvir etc.).

Ao tratar dos participantes presentes em processos mentais, Thompson (2003, p. 92) e Eggins (2004, p. 227) acreditam que a noção de meta e ator parece um tanto quanto inapropriada, já que o sujeito na mente de quem esse tipo de processo ocorre não está realmente agindo, mas “experienciando”.

Halliday e Matthiessen (2004, p. 201-203) apresentam, então, dois participantes para os processos mentais: o experienciador (*senser*) e o fenômeno (*phenomenon*). O

experienciador é aquele que sente, pensa ou percebe e deve ser uma entidade humana ou um ser antropomorfizado. Já o fenômeno é aquilo que é pensado, desejado, sentido ou percebido na consciência do experienciador, podendo estar representado não apenas em uma coisa, mas também em um ato ou em um fato.

Esses autores ainda classificam em quatro os diferentes tipos de processos mentais: perceptivos (verbos que constroem percepções de fenômenos de mundo), emotivos (verbos que representam emoções), cognitivos (verbos que trazem fenômenos à consciência) e desiderativos (verbos que demonstram desejo, interesse, vontade de algo).

O terceiro tipo principal de processo, chamado de relacional, não envolve ações no mundo externo nem eventos no mundo da consciência, mas sim a relação entre duas entidades. Nesse tipo de processo, uma coisa é dita “ser” (no sentido de significar) alguma outra coisa. Nas palavras de Halliday e Matthiessen (2004, p. 210), isso significa dizer que as orações com processos relacionais procuram caracterizar e identificar, e não representar ações e eventos.

Os processos relacionais podem ser do tipo atributivo ou identificativo. No caso dos atributivos, a função do processo é classificar uma entidade a partir de outra (x pertence à classe y). Já no caso dos processos relacionais identificativos, o processo tem como função identificar ou definir uma entidade a partir de outra (x é igual a y). Halliday e Matthiessen (2004, p. 216) observam que, em orações com processos relacionais, o tipo de verbo mais comum são os que envolvem a noção de ser/estar, e também as entidades x e y são representadas em grupos nominais.

Quanto à noção de participantes, os processos relacionais atributivos apresentam dois tipos: o portador (a entidade que carrega uma qualidade, geralmente marcada por grupos nominais) e o atributo (a entidade que caracteriza o portador, geralmente uma qualidade ou grupo nominal). Já em relação aos processos relacionais identificativos, tem-se como participantes a característica (entidade identificada ou definida) e o valor (a entidade que define ou identifica, marcada em grupos nominais ou sintagma preposicionado).

O quarto tipo de processo proposto pelo Sistema de Transitividade é chamado de comportamental e está localizado no limite entre os processos materiais e mentais. Os processos comportamentais representam comportamentos fisiológicos e psicológicos, ou seja, a externalização de processos da consciência. A maioria dos processos comportamentais apresenta apenas um participante, chamado de comportante (*behave*), sendo este tipicamente humano. Halliday e Matthiessen (2004) apresentam outro tipo de participante, chamado de

*behaviour*⁸. Esse participante realiza a função de especificar mais o processo, assim como corre com o escopo nos processos materiais.

No quinto grupo de processos, estão os verbais, aqueles relacionados ao falar, dizer. Esses processos estão localizados na fronteira entre os processos mentais e materiais. Entende-se aqui que é a partir de uma realidade no mundo da consciência que se utiliza de processos verbais para materializar essa realidade no mundo externo. Thompson (2003, p. 101) entende que, ao dizer algo, está-se executando uma ação física, refletindo, assim, operações mentais. Esse autor afirma também que diversas ações físicas e objetivos mentais podem ser codificados mediante processos verbais.

Os processos verbais apresentam três participantes. O dizente (*sayer*), o responsável pela processo verbal; o receptor (*receiver*), aquele a quem o processo é direcionado; e, por fim, a verbiagem (*verbiage*), aquilo que é dito; esse último podendo assumir a forma de um grupo nominal ou uma nova oração. Isso ocorre pelo fato de os processos verbais possuírem a capacidade de representar outros domínios da experiência. Essa autora ressalta ainda que a presença desse tipo de processo é o que configura uma oração como complexa, já que projeta uma segunda oração com citações ou relatos (EGGINS, 2004, p. 235-236).

No último tipo de processo, chamado de existencial, têm-se verbos relacionados ao existir, ao que acontece. Estes são realizados normalmente pelos verbos haver e existir e, em alguns casos, o verbo ter. No caso dos processos existenciais, só existe um participante, chamado de existente.

É importante observar, dentro da perspectiva da GSF, a capacidade dos verbos em codificarem experiências dos mundos interno e externo, sendo as escolhas dos processos um elemento central nesta investigação. Vale lembrar que o processo de produção de significado é visto aqui como um fenômeno complexo e socialmente motivado. Ao fazer uma escolha dentre diversas possíveis, o autor do texto cria uma realidade que em muitas vezes prioriza os interesses dos sujeitos envolvidos nesse discurso. Dessa forma, entende-se que os produtores das reportagens sobre as melhores empresas em sustentabilidade no Brasil constroem, mediante escolhas verbais e não verbais, realidades no discurso sobre sustentabilidade

Antes de se encerrar este tópico, será abordado o terceiro componente do Sistema de Transitividade: as circunstâncias. Estas são percebidas por meio de sintagmas preposicionados e grupos adverbiais. Halliday e Matthiessen (2004) afirmam que as circunstâncias são em sua maioria elementos opcionais da oração. Esses autores explicam ainda que a configuração

⁸ Termo ainda sem tradução.

periférica das circunstâncias se deve ao fato de esse elemento não estar diretamente relacionado ao processo, elemento central no sistema de transitividade, nem aos participantes.

O Quadro 1, adaptado de Brent (2011, p. 65), e apresentado logo a seguir, resume os nove tipos de circunstâncias apresentados por Halliday e Matthiessen (2004).

QUADRO 1: Os tipos de circunstâncias

Tipo de Circunstância	Significação
EXTENSÃO Distância Duração Frequência	Representa a extensão do desdobramento do processo no tempo e no espaço. Sua realização indica distância (a distância no espaço sobre o qual o processo se desdobra), duração (a duração no tempo do desdobramento do processo) e frequência (a repetição da ocorrência do processo).
LOCALIZAÇÃO Lugar Tempo	Representa a localização do desdobramento do processo no espaço e no tempo. Sua realização indica o lugar onde a experiência ocorre, bem como o tempo quando ocorre.
MODO Meio Qualidade Comparação Grau	Representa o modo pelo qual o processo é realizado. Esse tipo de circunstância ocorre em quatro subcategorias: meio (refere-se aos meios pelo qual o processo ocorre), qualidade (refere-se a palavras que especificam o processo), comparação (expressa comparação com a atividade do processo) e grau (caracteriza a extensão – muito, pouco e completamente, dentre outras – da realização do processo).
CAUSA Razão Propósito Benefício	Representa a razão pela qual o processo é realizado. Esse tipo de circunstância apresenta a razão da realização do processo (razão), o propósito ou a intenção pelo qual o processo acontece (propósito) e o beneficiário da ação realizada (beneficiário).
CONTINGÊNCIA Condição Concessão Falta	Especifica um elemento do qual a realização do processo depende. Existem três formas de se realizar essa circunstância: condição (expressa uma condição para que o processo seja realizado), concessão (realiza uma “causa frustrada”) e falta (realiza um sentido de condição negativa).
ACOMPANHAMENTO Comitativa Falta	Essa circunstância representa uma forma de participação conjunta no processo e está dividida em duas subcategorias: comitativa (representa o processo como uma instância singular, não obstante dois participantes estejam envolvidos) e aditiva (representa o processo como duas instâncias em que os participantes envolvidos partilham a mesma função, mas um deles é representado circunstancialmente).
PAPEL Guisa Produto	Representa os significados “ser” e “tornar-se” circunstancialmente. Esse tipo de circunstância corresponde ao atributo ou valor de uma oração relacional. Subdivide-se em guisa (constitui o significado de “ser” na forma de circunstância) e produto (corresponde ao significado “tornar-se” na forma de circunstância).
ASSUNTO	Está relacionada normalmente àquilo que é descrito, narrado, dito. Essa circunstância é realizada pelas preposições a respeito de, sobre, relativo a.
ÂNGULO	Está relacionada ao dizente de uma oração verbal e ao experienciador de uma oração mental. Pode ser realizada de duas formas: como fonte (a fonte da informação) e ponto de vista (representa um ponto de vista).

Fonte: Adaptado de Brent (2011)

Após serem apresentados a GSF e o Sistema de Transitividade, será vista, a seguir, a Gramática do *Design Visual*, fundamental para que se possa investigar o modo semiótico imagético e as representações construídas por meio desse modo nos textos multimodais que compõem o *corpus* desta pesquisa, no caso as reportagens sobre as empresas sustentáveis segundo a revista *Guia Exame de Sustentabilidade*.

2.3 Para além do verbal – a Gramática Visual e os Significados Representacionais

A Gramática do *Design Visual*, doravante GDV, foi desenvolvida com base nas metafunções da linguagem, apresentadas na Gramática Sistêmico-Funcional de Halliday. Segundo Kress e van Leeuwen (2006, p. 37), também visualmente há estruturas que possibilitam a construção das experiências dos indivíduos. Esses autores justificam a importância das imagens no atual cenário comunicativo afirmando:

Estruturas visuais não simplesmente reproduzem as estruturas da ‘realidade’. Pelo contrário, elas produzem imagens da realidade que estão conectadas aos interesses das instituições sociais dentro das quais as imagens são produzidas e lidas. Elas são ideológicas. Estruturas visuais nunca são meramente formais: elas possuem uma dimensão semântica extremamente importante.

Segundo esses autores, o termo “gramática” geralmente está associado à ideia de um conjunto normativo de regras que devem ser obedecidas. Contrapondo-se a essa visão, a GDV propõe-se principalmente a descrever as formas pelas quais indivíduos, coisas e lugares são combinados em uma totalidade de sentido, considerando os possíveis significados que são codificados nessas formas gramaticais.

Ao se pensar sobre os significados produzidos a partir das imagens, entende-se que seus idealizadores utilizam os conhecimentos psicológicos, sociais e culturais para produzir suas mensagens para um contexto específico, alcançando, assim, os seus objetivos comunicativos.

Cumprido ressaltar que, no caso de um texto no qual o significado é produzido por imagens, muitas vezes o leitor nunca conhecerá e saberá quem é o produtor da mensagem, o que dificulta uma definição sobre o real produtor dessa mensagem. Nesse sentido, Kress e van Leeuwen (2006, p. 47) afirmam:

Pense nas fotografias de revistas. Quem é o produtor? O fotógrafo que tirou a foto? O assistente que as editou e imprimiu? A empresa que selecionou e

distribuiu? O editor de imagem que as escolheu? O diagramador que recortou e determinou o tamanho e a posição na página? Muitos usuários não apenas nunca irão conhecer todos os que contribuíram nos processos de produção pessoalmente, como também terão apenas uma obscura, e talvez distorcida e idealizada, ideia dos processos de produção por detrás da imagem.

Dentro desse cenário, é importante que se pense sobre a relação entre o produtor e o leitor das imagens, orientando-se pelo contexto de produção e também de recepção, assim como similarmente ocorre em uma análise crítica de textos verbais.

Assim, torna-se fundamental para que se alcancem os objetivos aqui propostos, uma investigação que reconheça também o potencial semiótico das imagens no processo de produção de sentidos, dado o objeto aqui de pesquisa produzir significados sociais também a partir de imagens. Para tal, cumpre retornar à rede dos Significados Representacionais, que, adaptada da metafunção ideacional de Halliday, se preocupa em examinar os participantes presentes na imagem e as ações que estes executam.

Na rede dos Significados Representacionais, têm-se dois tipos de estruturas principais: as narrativas e as conceituais. As estruturas narrativas são caracterizadas principalmente pela presença de um vetor direcionado a outro participante do evento, caracterizando, assim, uma ação transacional. Caso se tenha esse vetor, mas não seja possível identificar para qual direção ele está, ocorre o que Kress e van Leeuwen (2006) chamam de ação não transacional. As estruturas narrativas podem ser também de reação, caracterizadas quando se tem um participante que direciona o olhar para outro. Caso seja impossível saber para onde esse olhar está direcionado, tem-se uma reação do tipo não transacional. Essas estruturas apresentam também os processos mentais e verbais, sendo os mentais percebidos pelo uso de balões de pensamentos nas imagens e os verbais, pelo uso de balões de fala, ambos muito comuns em histórias em quadrinhos.

Diferentemente do que ocorre nas estruturas narrativas, nas conceituais o participante representado não direciona uma ação ou reação a outros participantes. Nesse caso, os participantes são representados em termos de sua essência, classe, estrutura ou significado. Essas estruturas são divididas em três tipos de processos: o classificacional, o analítico e o simbólico.

No primeiro caso, os participantes são organizados em termo de taxonomia (classificação), sendo necessário que haja pelo menos um participante principal, chamado de Superordenado, e os outros Subordinados a esse primeiro. No segundo caso, em um processo analítico, têm-se representados apenas os traços principais dos participantes envolvidos na

imagem. Esse tipo de estrutura é muito comum em mapas, diagramas e fotografias aéreas. Por fim, um processo considerado simbólico ocorre quando os participantes são representados em termos do que significam ou não.

Após essa breve explanação acerca da Gramática do *Design Visual*, será apresentada na seção a seguir a teoria da multimodalidade, fundamental para que se possa compreender como diferentes modos semióticos são combinados na produção de sentidos.

2.4 Multimodalidade – a significação a partir de diversos modos semióticos

A multimodalidade pode ser considerada parte da história da linguagem humana, ainda mais se se levar em conta que desde o surgimento das chamadas primeiras línguas, na África Subsaariana, pequenos povos já produziam sentidos utilizando imagens e gestos, dentre outros modos semióticos (KALANTZIS; COPE, 2012).

O termo multimodalidade tem suas raízes na década de 1920, no então recém-criado campo da psicologia da percepção, e se referia, inicialmente, a um termo técnico utilizado para indicar os diferentes efeitos sensoriais na percepção de cada indivíduo. Os estudos realizados nessa área demonstraram que a percepção é multimodal, já que integra informações recebidas através de diferentes sentidos (VAN LEEUWEN, 2011, p. 668).

Mais recentemente, a mudança no cenário da comunicação contemporânea levou os linguistas e analistas do discurso a fundarem o campo da multimodalidade com o intuito de investigar os textos e eventos comunicativos nos quais o sentido é produzido pela interação entre diferentes modos semióticos. Pimenta (2006, p. 81) explica que o objetivo da multimodalidade é “entender como nos comunicamos uns com os outros de várias formas”.

Ao discutir a importância que as imagens ocupam nesse novo cenário marcadamente multimodal, Kress (2003, p. 1-2) reconhece que a ascensão do modo visual trouxe/traz consigo diversos efeitos sociais, culturais, políticos, cognitivos e também epistemológicos, o que significa, ainda de acordo com esse autor, que “o mundo dito, é um mundo diferente do mundo mostrado”.

As diferenças entre os modos semióticos estão relacionadas aos *affordances* que cada modo possui. De acordo com van Leeuwen (2005, p. 4), esse termo tem origem no trabalho do psicólogo Gibson (1979) e se refere aos potenciais usos de um objeto, muito próximo do conceito de *meaning potencial*, ou significados potenciais, proposto por Halliday.

Ainda em relação aos *affordances* dos modos semióticos verbais e visuais, Kress (2003, p. 339) afirma:

Os modos semióticos da escrita e da imagem são distintos no que eles permitem fazer, ou seja, nos seus *affordances*. A imagem se fundamenta na lógica da exposição no espaço; a escrita (e a fala ainda mais) se fundamenta na lógica da sucessão no tempo. A imagem é espacial, e não sequencial; a escrita e a fala são temporais e sequenciais. Esta é uma diferença profunda, e as suas consequências para a representação e a comunicação estão começando a emergir nesta revolução semiótica. Um dos efeitos é a especialização da fala, da escrita e da imagem, na qual cada um desses modos é usado para fazer o que ele faz de melhor. Nesta especialização, a linguagem não é mais a fonte de todo o significado.

Nesse cenário, cabe ao produtor do texto realizar as escolhas que ele acredita serem as mais adequadas dentro dos seus objetivos comunicativos. É importante ressaltar que essas escolhas não são aleatórias e arbitrárias, mas socialmente motivadas, de acordo com o interesse das instituições e do contexto social no qual esses textos são produzidos e veiculados.

Kress (2003, p. 11) confessa que um dos maiores problemas enfrentados pelos pesquisadores que se preocupam com essas novas formas de comunicação “não é apenas a mudança em si, mas o fato de que somos forçados a confrontar esse mundo de mudança com teorias que foram formadas para explicar um mundo de estabilidade”.⁹

Além de sinalizar para a necessidade de teorias capazes de entender a comunicação em períodos de instabilidade, essa citação de Kress também remete ao primeiro capítulo deste trabalho, no qual viu-se que o paradigma tradicional de ciência é incapaz de lidar com fenômenos marcadamente complexos, já que seus pressupostos formadores implicam uma visão de mundo como algo simples, estável e objetivo.

⁹ Minha tradução de “is not just change itself, but the fact that we are forced to confront this world of change with theories which were shaped to account for a world of stability”.

CAPÍTULO III ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

[...] A linguagem nunca foi inventada por um sujeito isolado na apreensão de um mundo externo e, portanto, não pode ser usada como ferramenta para revelar um tal mundo. Ao contrário, é dentro do linguajar mesmo que o ato de conhecer, na coordenação comportamental que é a linguagem, produz um mundo. Realizamos a nós mesmos em mútuo acoplamento linguístico, não por que a linguagem nos permita dizer o que somos, mas por que somos na linguagem, num contínuo existir nos mundos linguístico e semântico que produzimos com os outros. Encontramos a nós mesmos nesse acoplamento, não como a origem de uma referência, nem em referência a uma origem, mas sim em contínua transformação no vir-a-ser do mundo linguístico que construímos com os outros seres humanos (MATURANA; VARELA, 2001, p. 252-253).

Até este momento, foi visto que a atual crise ambiental é um problema de ordem sistêmica. Por esse motivo, essa crise não pode ser solucionada por meio do paradigma tradicional de ciência, já que este apresenta dificuldades de lidar com fenômenos marcadamente complexos e dinâmicos.

Viu-se também que os avanços nos campos da mecânica quântica e da termodinâmica no início do século XX forçaram a física a reconhecer a complexidade existente no universo, o que abalou significativamente o paradigma cartesiano de ciência. Esse fato contribuiu diretamente para a emergência de um novo paradigma científico, chamado de complexo ou sistêmico.

Por fim, viu-se no último capítulo que a linguagem, seja aquela produzida a partir do modo verbal ou visual, ou da combinação desses modos, desempenha um papel fundamental na construção de realidades no discurso sobre sustentabilidade mediante representações impregnadas de significados ideológicos.

Após a apresentação desses pontos teóricos, este capítulo tem por objetivo apresentar um estudo multimodal que procurará responder às perguntas de pesquisa apresentadas na introdução deste trabalho: 1) de que forma as escolhas verbais e não verbais realizadas pelo produtor das reportagens investigadas contribuem ou não com o discurso da sustentabilidade e práticas realmente comprometidas com o meio ambiente? 2) Até que ponto essas empresas se apropriam desse discurso e o utilizam apenas como estratégia discursiva para o seu próprio *marketing*?

Neste capítulo, será também apresentado um entendimento mais profundo da forma como esses múltiplos recursos de significação se relacionam entre si e com o mundo social, autoinfluenciando-se e fazendo emergir determinados significados sociais.

Dessa forma, este capítulo se organiza em três seções. Na seção 3.1, será investigado, por meio das escolhas sistêmicas de transitividade, como as empresas sustentáveis são representadas pela revista *Guia Exame de Sustentabilidade*. Em seguida, na seção 3.2, serão verificados quais significados representacionais são produzidos a partir das imagens presentes nessas reportagens, tendo como base o arcabouço teórico da Gramática do *Design Visual* (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006). Por fim, na seção 3.3, será promovida uma discussão das possibilidades interpretativas dos significados verbais e visuais dos dados analisados nas seções anteriores. Nessa seção, pretende-se entender melhor a forma como os elementos verbais e visuais foram combinados durante o processo de significação dos textos multimodais analisados e como dessas combinações determinados significados sociais sobre sustentabilidade emergiram. Para tanto, recorrer-se-á à Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008).

3.1 A construção linguística por meio do Sistema de Transitividade

Nesta primeira seção, busca-se verificar, por meio do Sistema de Transitividade (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004), como as empresas vencedoras do prêmio “Empresa Sustentável do Ano” são representadas nas reportagens da revista *Guia Exame de Sustentabilidade*. Para tal propósito investigativo, analisam-se os processos (grupos verbais), os participantes (grupos nominais) e as circunstâncias (grupos adverbiais) de cada reportagem individualmente, tendo sempre como base o contexto sociocultural no qual essas reportagens são produzidas e lidas.

Como ponto de partida, tomou-se o número de ocorrências dos participantes, dos processos e das circunstâncias das orações que continham pelo menos um participante que representasse a empresa, tal como seu presidente, diretor, colaboradores, produtos etc. Em seguida, organizou-se a distribuição desses processos em quadros e gráficos para demonstrar quantitativamente quais tipos de processos foram mais recorrentes.

Conforme se pode observar no Quadro 2, apresentado logo a seguir, a análise do *corpus* desta pesquisa demonstrou, quantitativamente, uma incidência maior no número de processos materiais, relacionais e verbais, respectivamente. Isso significa dizer que as

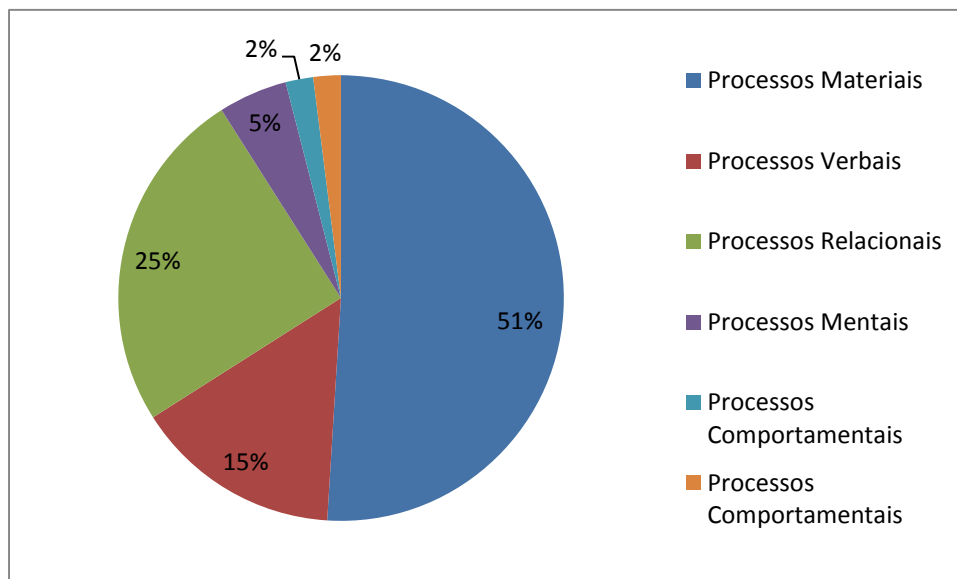
empresas são representadas, em sua maioria, como entidades que desempenham majoritariamente processos de fazer, classificar e definir, e dizer. A seguir, com mais detalhes, a forma como isso ocorre no Quadro 2.

QUADRO 2 – Distribuição dos tipos de processos nas cinco reportagens analisadas

Tipos de Processo	REPORTAGENS 2009-2013
	Total de Processos
Material	182 – 51%
Verbal	55 – 15%
Relacional	90 – 25%
Mental	17 – 5%
Comportamental	5 – 2%
Existencial	7 – 2%
Total	356 – 100%

Se se olhar em termos percentuais, fica ainda mais evidente a importância dos processos materiais nas reportagens analisadas, já que esse tipo de processo representa mais da metade (51%) do total de processos identificados no *corpus* desta pesquisa (Gráfico 1).

GRÁFICO 1 – Distribuição dos tipos de processos em termos percentuais



Entretanto, afirmar, a partir desses dados, que as empresas vencedoras entre 2009 e 2013 estão realmente comprometidas com o discurso ambiental, já que agem sobre o mundo físico, seria uma afirmação precipitada e até certo ponto equivocada, visto que a presença de um processo material na oração não significa, necessariamente, um evento concreto sobre o mundo, já que esse tipo de processo também pode representar eventos subjetivos. Tal

afirmação representaria também uma visão simplista sobre um fenômeno marcadamente complexo. Nesse sentido, a escolha por uma perspectiva complexa de ciência possibilita que observações de natureza quantitativa sejam integradas a descrições qualitativas, o que possibilita, conseqüentemente, maior compreensão de todo o complexo envolvido no fenômeno investigado.

Dessa forma, serão apresentadas no tópico a seguir as análises descritivas de cada uma das reportagens selecionadas para esta pesquisa. É por meio dessas análises que se pode responder às questões de pesquisa e também compreender melhor o papel da linguagem, em especial do modo verbal, na construção de representações e realidades no discurso da sustentabilidade.

3.1.1 Empresa Sustentável do Ano 2009 – Walmart

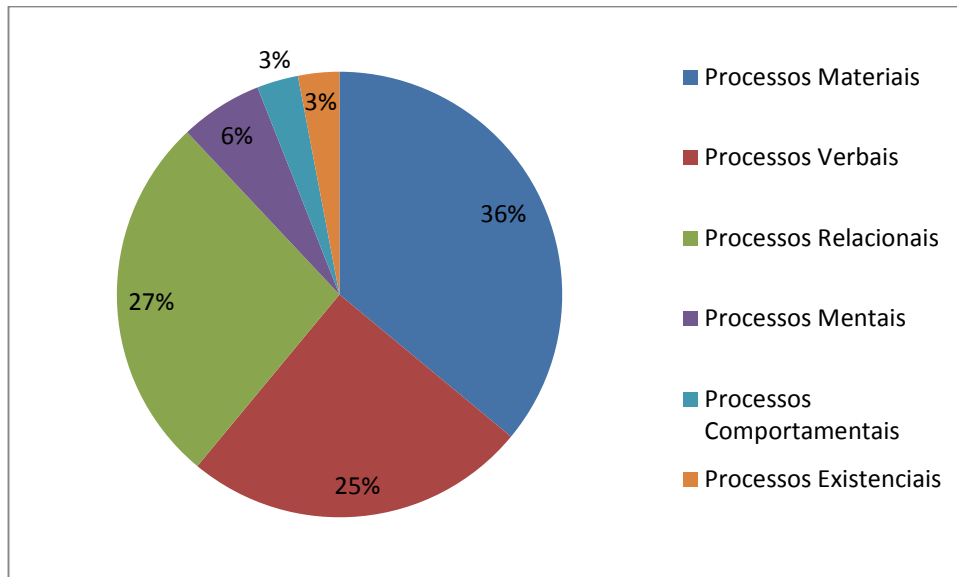
Na reportagem que apresenta os motivos que levaram a Revista *Guia Exame de Sustentabilidade* a eleger o Walmart a “Empresa sustentável do ano de 2009”, é possível observar, por meio do Quadro 3 apresentado logo a seguir, uma ocorrência maior dos processos materiais, relacionais e verbais, seguidos pelos processos mentais, comportamentais e existenciais, com um número menor de ocorrências.

QUADRO 3 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o Walmart

Tipos de Processo	REPORTAGEM
	Walmart – 2009
Material	27
Verbal	19
Relacional	20
Mental	5
Comportamental	2
Existencial	2
Total	75 – 100%

No Gráfico 2, representado logo a seguir, a ocorrência dos processos materiais na reportagem sobre o Walmart em termos percentuais.

GRÁFICO 2 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o *Walmart* em termos percentuais



Juntos, os processos materiais, verbais e relacionais representam quase 90% dos processos presentes na reportagem sobre o *Walmart*. Esses números revelam a importância que esses três tipos de processos ocupam na reportagem em questão. Adiante, alguns recortes dos processos materiais realizados pela empresa como participante que age sobre o mundo físico.

(1) Foi graças a um movimento encabeçado pelo *Walmart* [**Ator**] meses atrás [**Circunstância de Causa**] que aquele acordo [**Meta**] seria finalmente fechado [**Processo Material**]

O acordo selado entre o Greenpeace e os defensores do agronegócio ao qual se refere o recorte (1) teve por objetivo forçar o setor pecuarista a seguir uma série de critérios para operar na Amazônia, visto a atividade desse setor ser uma das maiores responsáveis pelo desmatamento naquela região. Nesse cenário, a reportagem procura construir uma representação de *Walmart* que assume um papel de protagonista ao convencer seus varejistas concorrentes a também embargarem, durante 13 dias, qualquer carne proveniente do Pará. Nesse recorte, o *Walmart* é representado como parte de uma circunstância de causa, apresentando essa empresa como a responsável pelo qual o processo material (*seria finalmente fechado*) ocorre.

A reportagem sobre o *Walmart* procura construir também uma representação de empresa que age sobre o mundo físico de outras formas que não convencendo suas concorrentes a também adotarem uma postura sustentável. A seguir, alguns recortes.

(2) Em 2008 [**Circunstância de Localização**], a área de sustentabilidade da empresa [**Ator**] investiu [**Processo Material**] 17 milhões de reais [**Escopo**]

Em (2), o processo material (*investiu*) não é desempenhado pelo *Walmart*, mas sim pelo participante ator, *a área de sustentabilidade da empresa*. A escolha por esse participante ao invés daquele demonstra a importância que a questão da sustentabilidade assume para o *Walmart*, já que essa empresa conta com uma área específica para lidar com essa questão. Nesse recorte, destaca-se também o participante escopo (*17 milhões de reais*), que revela um alto investimento financeiro realizado pelo participante ator (*a área de sustentabilidade da empresa*), o que demonstra que essa empresa não mede esforços quando se trata da questão sustentável.

Já no caso dos fragmentos (3) e (4), os processos realizados pelo ator (*Walmart*) contribuem para a construção de uma representação de empresa que adota ações que objetivam diminuir o próprio impacto ambiental pela redução do consumo de energia e de água em suas lojas.

(3) O *Walmart* [**Ator**] também colocou em prática [**Processo Material**] programas de redução de consumo de energia e água [**Escopo**]

(4) Em dezembro de 2008 [**Circunstância de Localização**], (*Walmart*) [**Ator**] inaugurou [**Processo Material**], no bairro de Campinho, na zona norte do Rio de Janeiro, [**Extensão**] seu primeiro hipermercado “ecoefficiente” [**Meta**]. Nele, e em outros dois abertos desde então [**Circunstância Locativa**], foram instaladas [**Processo Material**] mais de 60 iniciativas verdes que permitem uma economia média de 25% de energia e 40% de água em relação aos hipermercados tradicionais da rede [**Meta**]

(5) A rede [**Ator**] ainda incentiva [**Processo Material**] o uso de sacolas renováveis de pano [**Escopo**] e promove [**Processo Material**] campanhas institucionais [**Escopo**] que são vinculadas nas TVs das lojas [**Extensão**].

Em (3) e (4), as escolhas no Sistema de Transitividade ratificam essa representação discursiva de empresa, que reconhece o risco da falta de água, e ciente da dimensão de suas ações, acaba por tomar “iniciativas verdes”. Nesses dois recortes, a configuração dos participantes “metas” demonstra as ações do *Walmart* direcionadas para a questão da falta de água e energia.

No que se refere aos processos verbais, estes também desempenham uma função significativa para as representações linguística e discursiva da empresa. Nesse domínio experiencial, o *Walmart* também é representado como empresa que age sobre suas concorrentes, assim como ocorre nos processos materiais. Além de convencer seus concorrentes, o *Walmart* também procura influenciar seus clientes sobre a questão da sustentabilidade. Isso ocorre no fragmento (6).

(6) Desde então, o varejista [**Dizente**] se dedica a convencer [**Processo Verbal**] os concorrentes [**Receptor**] a fazer pressão sobre os frigoríficos [**Projeção Hipotática**].

A análise dos processos verbais também revelou que a revista procura dar voz aos participantes envolvidos na reportagem em um argumento de autoridade. As ocorrências desses tipos de processos giram em torno de diversos participantes “dizentes”, dentre eles: o presidente do *Walmart* Hector Núñez, diretor do Greenpeace; e o diretor executivo do *Greenpeace*, Marcelo Furtado; dentre outros. Esse tipo de construção ocorre principalmente mediante o uso de locuções. Eis os recortes (7) e (8):

(7) “O Walmart conseguiu mobilizar o setor e fez com que esse movimento se desencadeasse num ritmo surpreendente”, [**Locução**] diz [**Processo Verbal**] Furtado [**Dizente**].

(8) “Todas as nossas operações no mundo estão caminhando, mas os ritmos são diferentes” [**Locução**], afirma [**Processo Verbal**] Núñez [**Dizente**].

As ocorrências dos processos relacionais também contribuem significativamente para as representações linguística e discursiva do *Walmart* como empresa comprometida com a questão ambiental. Isso se dá principalmente pelas escolhas de valores e atributos realizadas na reportagem. Vale lembrar que os processos relacionais são aqueles responsáveis por classificar ou identificar entidades, associando um fragmento de experiência a outro. Nos recortes a seguir, será mostrado como isso ocorre.

(9) O protagonismo do Walmart nessa questão [**Característica**] é [**Processo Relacional Identificativo**] um dos motivos que levaram o GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE a elegê-lo, entre as 20 empresas-modelo, como a Empresa Sustentável do Ano [**Valor**].

(10) Como a subsidiária brasileira do Walmart [**Característica**] se tornou [**Processo Relacional Identificativo**] um exemplo para a matriz [**Valor**] [...]

Em (9), a função do processo é identificar os motivos que levaram a revista a eleger o *Walmart* como a empresa sustentável do ano de 2009. Já no recorte (10), a identificação procura demonstrar que a postura do *Walmart* brasileiro em relação à sustentabilidade acabou se tornando um exemplo para a matriz.

No recorte (11), apresentado logo a seguir, o processo relacional realiza a função de configurar o *Walmart* como portador de atributos que demonstram o compromisso da empresa com a questão ambiental.

(11) Hoje [**Circunstância de Localização**] a empresa [**Portador**] conta [**Processo Relacional Atributivo**] com iniciativas que vão da construção de lojas verdes a programas de conscientização de funcionários [**Atributo**].

É interessante observar, por meio do recorte (12) a seguir, como os processos em destaque configuram primeiramente ao participante portador o atributo de “não serem legais”, para que em seguida outro processo possa identificar que as ações realizadas pela empresa ocorrerem por ser (*a estratégia de negócios mais inteligente*). Cumpre ressaltar que esse recorte representa uma locução do presidente da empresa e corresponde ao último parágrafo da reportagem, o que revela uma tentativa do produtor do texto em valorizar uma representação específica do *Walmart*. Esse tipo de conclusão pode ser entendida como uma forma com a qual a empresa, pelo argumento de autoridade do seu presidente, reforça que a adoção de uma política sustentável se dá principalmente por questões pragmáticas.

(12) “E (nós) [**Ator**] não vamos fazer [**Processo Material**] isso [**Meta**] porque (nós) [**Portador**] somos [**Processo Relacional Atributivo**] legais [**Atributo**], mas simplesmente porque essa [**Característica**] é [**Processo Relacional Identificativo**] a estratégia de negócios mais inteligente” [**Valor**].

No que concerne aos processos mentais identificados na análise da reportagem, estes são uns dos que apresentam as menores recorrências, com apenas cinco incidências. Sua função principal é trazer a representação de um conteúdo mental. Nos dois recortes, o *Walmart* representa o participante experienciador, ou seja, o ser que experiencia um sentir.

(13) [...] o Walmart [**Experienciador**] só acordou [**Processo Mental**] para esse assunto [**Fenômeno**] em 2005 [**Circunstância de Localização**]

(14) “(Nós) [**Experienciador**] Achamos [**Processo Mental**] que, para sair da inércia e mudar de comportamento, o consumidor precisava de um empurrãozinho [**Expansão Hipotática**]”

No recorte (13), o processo (*acordou*) representa o momento no qual o *Walmart* toma consciência da importância da sustentabilidade. A demora para que esse processo ocorra, além de ser marcada pelo termo “só”, também é percebida pelo uso da circunstância de localização (*em 2005*). Já em (14), a locução realizada pela diretora de sustentabilidade do *Walmart* demonstra a empresa tomando consciência do seu papel na tarefa de influenciar seus consumidores.

Por fim, a análise da reportagem demonstrou um número reduzido de processos comportamentais e existenciais, com apenas duas ocorrências cada um. Esses tipos de processos não desempenham uma função significativa para a construção da representação do *Walmart*, sendo utilizados para demonstrar comportamentos ou a existência de alguma entidade, como em (15) e (16).

(15) Núñez [**Comportante**] [...] se empolgou [**Processo Comportamental**] de tal maneira com a ideia [**Circunstância de Modo**] [...].

(16) No pacote de medidas [**Escopo**] estão [**Processo Existencial**], por exemplo, o uso de claraboias no teto e muitas janelas de vidro para permitir a entrada de luz natural [**Existente**].

3.1.2 Empresa Sustentável do Ano 2010 – Alcoa

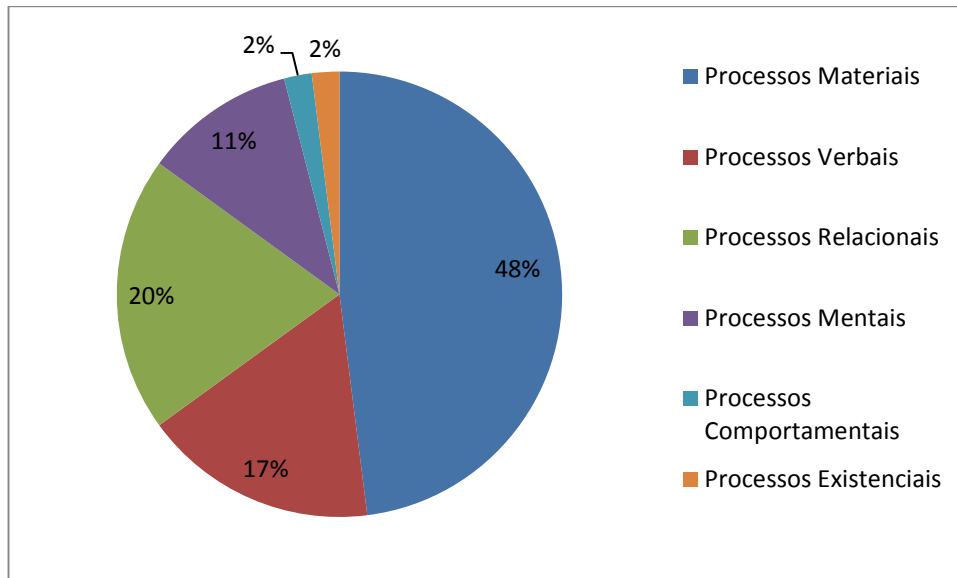
A análise por meio do sistema de transitividade da reportagem sobre a Alcoa, empresa premiada em 2010, demonstrou uma ocorrência significativamente maior nos processos materiais, verbais e relacionais. A distribuição desses processos será apresentada no Quadro 4 a seguir.

QUADRO 4 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a Alcoa

Tipos de Processo	REPORTAGEM
	Alcoa – 2010
Material	31
Verbal	11
Relacional	13
Mental	7
Comportamental	1
Existencial	1
Total	64

Em termos percentuais, fica ainda mais evidente a importância que o domínio dos processos materiais ocupa na reportagem sobre a Alcoa, visto que esses tipos de processos representam quase 50% das ocorrências (Gráfico 3).

GRÁFICO 3 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a Alcoa em termos percentuais



A análise quantitativa dos processos na reportagem sobre a Alcoa, vencedora do prêmio “Empresa sustentável” do ano de 2010, demonstra uma construção linguística e discursiva de que contribui para uma representação de empresa comprometida com a questão da sustentabilidade. Essa realidade se configura, principalmente, pela da escolha por processos e participantes que, juntos, contribuem com uma representação da Alcoa como empresa que se preocupa com o impacto que a instalação de uma de suas mineradoras pode trazer para uma região bem “no coração da Amazônia”. Os recortes (17), (18) e (19) a seguir demonstram esse tipo de representação.

(17) (a Alcoa) [**Ator**] Ao chegar [**Processo Material**] com seu negócio [**Escopo**] no coração da Amazônia [**Circunstância de Localização**], a Alcoa [**Ator**] tenta conciliar [**Processo Material**] desenvolvimento econômico [**Escopo**] com sustentabilidade [**Recebedor**].

(18) Era [**Processo Relacional Circunstancial**] lá, no meio da Amazônia [**Circunstância de Localização**], que a empresa [**Possuidor**] tinha [**Processo Relacional Possessivo**] planos concretos [**Possuído**] de instalar [**Processo Material**] seu mais arriscado e ambicioso empreendimento no país: a operação de uma mina e de

uma unidade de beneficiamento de bauxita [**Meta**], a matéria-prima do alumínio [**Aposto**].

(19) Instalar [**Processo Material**] uma operação desse porte [**Meta**] e não estragar [**Processo Material**] a paisagem de floresta [**Meta**] [...].

Os léxicos *Instalar/Instalação* se tornam tão importantes que se repetem outras vezes ao longo da reportagem. A escolha por esse tipo de léxico pode ser entendida como uma estratégia da reportagem em valorizar o reconhecimento da Alcoa sobre o impacto que a instalação da mineradora poderia trazer sobre o ambiente, o que justifica o recebimento do prêmio dado pela revista. Eis mais um exemplo em (20):

(20) No total, só para instalar a mina [**Expansão Hipotática de Finalidade**], 800 hectares – o equivalente a cinco vezes o parque do Ibirapuera [**Aposto**], em São Paulo [**Circunstância de Localização**] – de mata nativa [**Meta**] foram derrubados [**Processo Material**].

Esse impacto sobre a região pode ser observado na expansão hipotática em destaque no recorte (20). As consequências das ações da Alcoa ficam ainda mais claras de se observar no aposto na oração, que revela a dimensão do espaço utilizado de mata nativa para que a empresa pudesse realizar o seu projeto.

Ao se instalar, a Alcoa também passa a realizar diversas outras ações sobre aquela região, direcionadas não apenas ao meio ambiente, mas também à população em geral. É interessante refletir sobre como uma decisão feita por questões mercadológicas altera significativamente a vida de milhares de pessoas. Esse tipo de observação reforça a importância de uma política que procura conciliar o desenvolvimento econômico com a questão ambiental. Eis os recortes (21) e (22):

(21) A empresa [**Ator**] também tem se esforçado para ajudar [**Processo Material**] o município [**Cliente**], com cerca de 35.000 habitantes, a encontrar maneiras de se desenvolver [**Escopo**].

(22) Desde então, a Alcoa [**Ator**] se senta [**Processo Material**] à mesa [**Circunstância de Localização**] quinzenalmente [**Circunstância de Frequência**] com outros 14 integrantes, um grupo que inclui comerciantes, representantes de mulheres e pescadores e autoridades do governo da cidade [**Circunstância de Acompanhamento**].

Além de representada como empresa que se reúne com a população afetada pela instalação da mineradora para discutir as decisões da empresa, a análise da reportagem

demonstra também, ainda no domínio dos processos materiais, uma representação de empresa que age sobre o mundo mediante o seu poder econômico, investindo financeiramente na questão ambiental. Esse tipo de representação aparece no recorte (23).

(23) Em parceria com a ONG Conservação Internacional [**Circunstância de Acompanhamento**], a Alcoa [**Ator**] também investe [**Processo Material**] 700.000 dólares num programa de conservação para o corredor Tapajós-Abacaxis – quase 12 milhões de hectares de mata nativa de parques e florestas nacionais que cercam o município de Juruti [**Escopo**].

Quanto aos processos relacionais, segundo tipo de processo mais recorrente na reportagem, estes também desempenham um papel na construção da representação do local no qual a Alcoa viria a instalar seu novo empreendimento. No caso dos processos relacionais, isso ocorre por estes serem os responsáveis por definir e classificar entidades, no caso o local e a empresa. Veja os fragmentos (24) e (25) por exemplo.

(24) Era [**Processo Relacional Circunstancial**] lá, no meio da Amazônia [**Circunstância de Localização**], que a empresa [**Possuidor**] tinha [**Processo Relacional Possessivo**] planos concretos [**Possuído**] [...].

(25) A frase veio à tona, explica [**Processo Verbal**] Feder [**Dizente**], porque Reitan [**Característica**] estava [**Processo Relacional Identificativo**] completamente hipnotizado pela beleza natural da Localização [**Valor**].

Pode-se notar que os processos relacionais (*era, estava*) ora classificam, ora identificam as relações entre os participantes envolvidos. Essa representação que procura valorizar a beleza da região também ocorre por meio dos processos verbais, conforme visto no próprio recorte (25).

Os processos verbais, terceiro tipo mais recorrente, também contribuem, por meio de locuções e projeções hipotáticas, para uma representação de empresa que investe financeiramente na questão ambiental, assim como ocorre no domínio dos processos materiais, como visto anteriormente. Eis os recortes (26) e (27):

(26) “A obra da Alcoa foi um investimento de 3,5 bilhões de reais e atraiu 10.000 pessoas. Belo monte vai consumir 20 bilhões de reais, no mínimo, e mobilizar 100.000 trabalhadores” [**Locução**], afirma [**Processo Verbal**] Mario Monzoni, coordenador do Gvces [**Dizente**].

(27) Além das compensações financeiras tradicionais, como a participação no resultado da lavra, a Alcoa [**Dizente**] negocia [**Processo Verbal**] com a Acorjuve

[**Alvo**] um ressarcimento para supostos prejuízos menos usuais, como redução de caça e poluição sonora [**Verbiagem**].

É importante observar, por meio desses recortes, a forte influência do sistema econômico atual na formação dos contextos sociais e ecológicos reproduzidos na reportagem sobre a Alcoa. No caso do recorte (27) especificamente, tem-se novamente uma representação de empresa com suas ações que partem de seu poder econômico, nesse caso ressarcindo quem de alguma forma teve sua vida afetada pela empresa. É a natureza e a própria vida dos moradores sendo negociadas como mercadorias.

Nessa direção, Capra (2002, p. 208) argumenta que os problemas ambientais e sociais possuem raízes profundas em nosso sistema econômico, já que este se mostra insustentável tanto a partir do ponto de vista social quanto ecológico, o que o torna politicamente inviável em longo prazo. Capra (1986, p. 370) explica que em uma economia saudável é crucial que saibamos “preservar a flexibilidade ecológica de nosso meio ambiente natural, assim como criar a flexibilidade social necessária à adaptação a mudanças ambientais”.

No que se refere aos processos mentais, quarto mais recorrente na reportagem, estes revelam algumas representações nas quais a empresa é vista como consciente das suas ações sobre a região.

(28) Logo puderam (Equipes das duas entidades) [**Experienciador**] perceber [**Processo Mental**] que a mineradora havia gerado nos habitantes sentimentos conflitantes [**Projeção Hipotática**].

(29) A academia e os consultores de empresas [**Experienciador**] desconhecem [**Processo Mental**] se já houve no país alguma negociação parecida [**Projeção Hipotática**].

Em relação aos processos comportamentais e existenciais, estes ocorrem apenas uma vez em cada um desses tipos ao longo da reportagem, o que demonstra que a reportagem não procura representar a Alcoa em termos de seus comportamentos e seu existir no mundo. Eis as duas ocorrências em (30) e (31):

(30) (Em setembro [**Circunstância de Localização**], a Alcoa [**Comportante**] comemorou [**Processo Comportamental**] um ano de operação [**Fenômeno**] em Juruti [**Circunstância de Localização**].

(31) Se seus executivos nunca cogitaram abrir mão desse recurso natural [**Expansão Hipotática**], sempre existiu [**Processo Existencial**] também, desde o início [**Circunstância de Localização**], outra certeza: a de que tentariam fazer essa

exploração de maneira diferente, provocando o menor impacto possível na floresta e gerando benefícios sociais duradouros, de forma que a população local não achasse que saiu perdendo com a presença da empresa [**Existente**].

No recorte (30), pode-se ver a Alcoa como participante comportante que tem motivos para comemorar o primeiro ano de atuação na Amazônia. A escolha por esse tipo de processo pela reportagem parece significar que suas ações foram um sucesso, o que justifica as comemorações. O recorte (31) demonstra nos processos em destaque o desafio que representou a instalação da mineradora, o que também reforça os motivos para comemorar apresentados no processo comportamental *comemorou* do recorte (30).

3.1.3 Empresa Sustentável do Ano 2011– Unilever

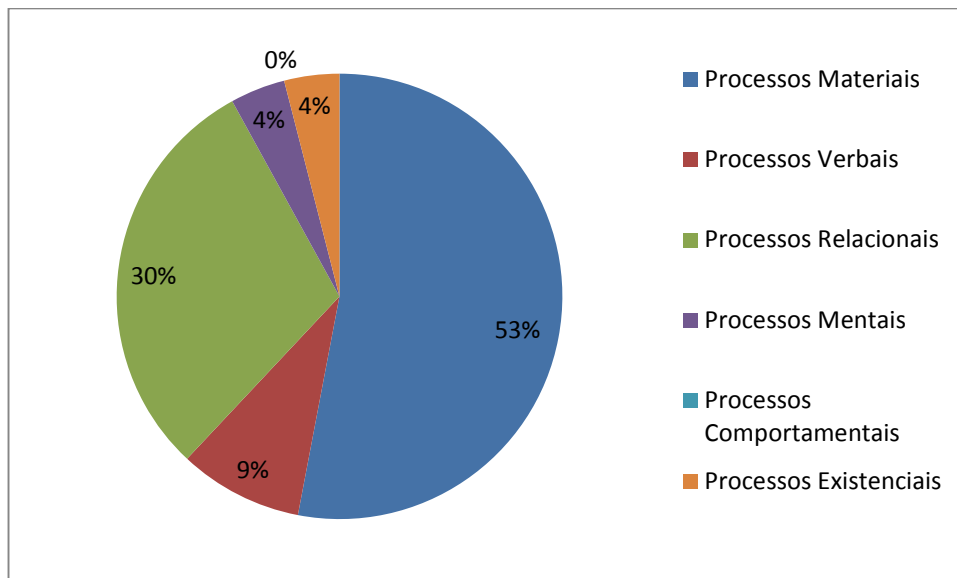
Assim como nas análises anteriores, nas quais foram investigadas as empresas premiadas em 2009 e 2010, a análise da reportagem sobre a Unilever, “Empresa Sustentável” de 2011, também revela um predomínio no número de processos materiais, relacionais e verbais, respectivamente. Observa-se também um número reduzido de processos mentais, comportamentais e existências. Essa distribuição aparece no Quadro 5.

QUADRO 5 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a Unilever

Tipos de Processo	REPORTAGEM
	Unilever – 2011
Material	28
Verbal	5
Relacional	16
Mental	2
Comportamental	0
Existencial	2
Total	53

Se se olhar em termos percentuais, no Gráfico 4 reproduzido a seguir, fica ainda mais evidente a dimensão que os processos materiais ocupam na distribuição dos processos, representando estes mais da metade dos processos identificados, com 52% dos processos. Se somados aos processos verbais e relacionais, esses três tipos de processos correspondem a 92% das ocorrências.

GRÁFICO 4 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a Unilever em termos percentuais



A análise demonstrou que o domínio do mundo material contribui para a representação da Unilever como empresa comprometida com a sustentabilidade e merecedora do prêmio “Empresa Sustentável” do ano de 2011. Esse tipo de representação ocorre no texto mediante duas formas principais: a) por meio dos processos nos quais a empresa age como “atores” que influenciam o comportamento do participante meta, no caso seus clientes e consumidores; e b) por meio de processos que demonstram a importância em se desenvolverem e comercializarem produtos menos agressivos ao meio ambiente. Essas representações se dão a partir dos recortes a seguir.

(32) Ao considerar a sustentabilidade como parte de seu negócio [**Expansão Hipotática Temporal**], a Unilever [**Ator**] passou a influenciar [**Processo Material**] 2 bilhões de pessoas [**Meta-Ator**] em 182 países [**Circunstância de Localização**] a comprar, usar e descartar [**Processo Material**] produtos [**Escopo**] de forma mais racional [**Circunstância de Modo**].

Nesse primeiro recorte, é possível observar, pela expansão hipotática em destaque, a relevância que a questão ambiental assume para a política comercial da Unilever, o que faz com que essa empresa leve a mensagem da sustentabilidade aos seus clientes de vários países do mundo, influenciando-os sobre a necessidade de um consumo consciente.

É interessante observar, ainda no recorte (32), como o processo “influenciar” acaba por fazer com que o participante meta *2 bilhões de pessoas* passe a representar também o

papel de um participante ator, já que desempenha os processos de “comprar, usar e descartar” em relação ao participante escopo “produtos”.

A análise da reportagem demonstrou, também, que o meio mais utilizado para influenciar seus consumidores são as redes sociais, especificamente por mensagens que promovem ações mais sustentáveis reproduzidas no *Facebook* oficial da empresa. Eis os recortes (33) e (34):

(33) [...] consumir [**Processo Material**] ricota [**Meta**] para combater o colesterol “ruim” [**Expansão Hipotática de Finalidade**], trocar [**Processo Material**] o carro pela bicicleta ou pelo transporte coletivo [**Escopo**], usar [**Processo Material**] sacolas biodegradáveis de amido de milho [**Meta**] para substituir a sacolinha de plástico do supermercado [**Expansão Hipotática de Finalidade**].

(34) A empresa [**Ator**] não produz [**Processo Material**] lâmpadas, ricota nem sacolas de amido de milho, muito menos bicicletas e ônibus [**Escopo**].

Em (34), a reportagem procura esclarecer que a empresa não produz ou comercializa os itens que ela sugere para seus clientes nas mensagens no *Facebook*, o que acaba reforçando uma representação de empresa que realmente se preocupa com um estilo de vida mais saudável, e não que age mediante essas mensagens por interesses próprios.

Além de oferecer dicas aos seus clientes através das redes sociais, a reportagem sobre a Unilever procura construir uma representação de empresa que, ciente de suas responsabilidades sobre o meio ambiente, se preocupa com o desenvolvimento e a distribuição de seus produtos, sendo esse o contexto no qual o impacto ambiental pode ser reduzido. Essa questão aparece nos recortes (34) e (35) a seguir.

(34) [...] a Unilever [**Ator**] lançou [**Processo Material**] versões ambientalmente mais amigáveis de dois de seus produtos mais populares: o sabão em pó Omo e o amaciante Comfort [**Escopo**].

(35) No Omo, a mudança da caixa de papelão para o recipiente de plástico [**Ator**], em julho de 2010 [**Circunstância de Localização**], possibilitou [**Processo Material**] a economia de espaço no transporte [**Escopo**] e, conseqüentemente, passou a exigir [**Processo Material**] um número menor de veículos [**Escopo**] para fazer a entrega [**Expansão Hipotática de Finalidade**].

No que concerne aos processos relacionais, segundo tipo de processo mais frequente na reportagem, estes também são fundamentais para a representação da Unilever como

empresa sustentável. Esses tipos de processos pontuam as características e atributos da Unilever. Eis alguns exemplos:

(36) A sugestão de uso desses e outros produtos alheios a seus negócios [**Possuidor**] faz parte [**Processo Relacional Possessivo**] do Plano Global de Sustentabilidade da Unilever [**Possuído**].

(37) Na frente do consumidor, o Facebook [**Característica**], por sua influência [**Circunstância de Causa**], tornou-se [**Processo Relacional Identificativo**] uma das principais ferramentas da Unilever [**Valor**] para estimular as pessoas a adotar uma nova relação com o consumo [**Expansão Hipotática de Finalidade**].

Os processos relacionais na reportagem sobre a Unilever cumprem a função de revelar o impacto que a mudança para uma versão mais sustentável causa no meio ambiente se comparada à sua versão normal. Eis um exemplo no recorte (38):

(38) Se todas (famílias) migrassem para a versão concentrada [**Expansão Hipotática**], seria [**Processo Relacional Atributivo**] possível [**Atributo**] evitar a emissão de 130 000 toneladas de gás carbônico na atmosfera [**Projeção Hipotática**] – seria [**Processo Relacional Atributivo**] como retirar 37 000 carros de circulação durante um ano [**Atributo**].

No que concerne aos processos verbais, terceiro mais recorrente na reportagem sobre a Unilever, estes projetam as orações do presidente e de outros participantes que agem em nome da empresa por meio dos seus dizeres, configurando um argumento de autoridade. Eis os fragmentos (39) e (40):

(39) “Nos últimos 15 anos [**Circunstância de Tempo**], (nós) fizemos [**Processo Material**] um trabalho interno reduzindo o consumo de energia, água e insumos [**Meta**]” [**Projeção Hipotática**], diz [**Processo Verbal**] o Argentino Fernando Fernandez, presidente da Unilever [**Dizente**] no Brasil [**Circunstância de Localização**].

(40) “O consumidor brasileiro é sensível aos temas ambientais” [**Locução**], afirma [**Processo Verbal**] Juliana Nunes, diretora de assuntos corporativos da Unilever [**Dizente**].

Em relação à distribuição dos processos mentais, comportamentais e existenciais, a análise demonstra que estes não desempenham um papel crucial na representação da Unilever, ainda mais se se comparar com o número de ocorrências dos outros processos. Para se ter uma ideia, a análise do *corpus* não identificou nenhuma ocorrência de processo comportamental,

por exemplo, e apenas duas ocorrências de processos mentais e duas de existenciais. Eis, então, alguns recortes desses processos:

(41) Segundo Fernandez [**Circunstância**], a adesão dos consumidores dos novos produtos [**Fenômeno**] tem surpreendido [**Processo Mental**] a Unilever [**Experienciador**].

(42) Diferentemente de outras páginas corporativas na rede social [**Circunstância de Modo**], há [**Processo Existencial**] poucas referências aos mais de 700 produtos de 26 marcas que a Unilever fabrica [**Existente**] no Brasil [**Circunstância de Localização**].

(43) No caso do Comfort [**Ator**], lançado em maio de 2008 [**Circunstância de Localização**], houve [**Processo Existencial**] uma redução de quase 80% no consumo de água na linha de produção [**Existente**].

Em (41), pode-se perceber que a função do processo é revelar um estado mental (surpreso) da Unilever em relação ao consumo de seus clientes por produtos menos agressivos ao meio ambiente. Já em (42), a escolha pelo processo existencial ratifica que a empresa não promove em suas mensagens nas redes sociais apenas seus produtos e marcas, mas também campanhas ambientais e hábitos de vida mais saudáveis. No caso do recorte (43), tem-se novamente a questão do impacto que a mudança por um produto mais sustentável causa ao meio ambiente.

3.1.4 Empresa Sustentável do Ano 2012 – *Anglo American*

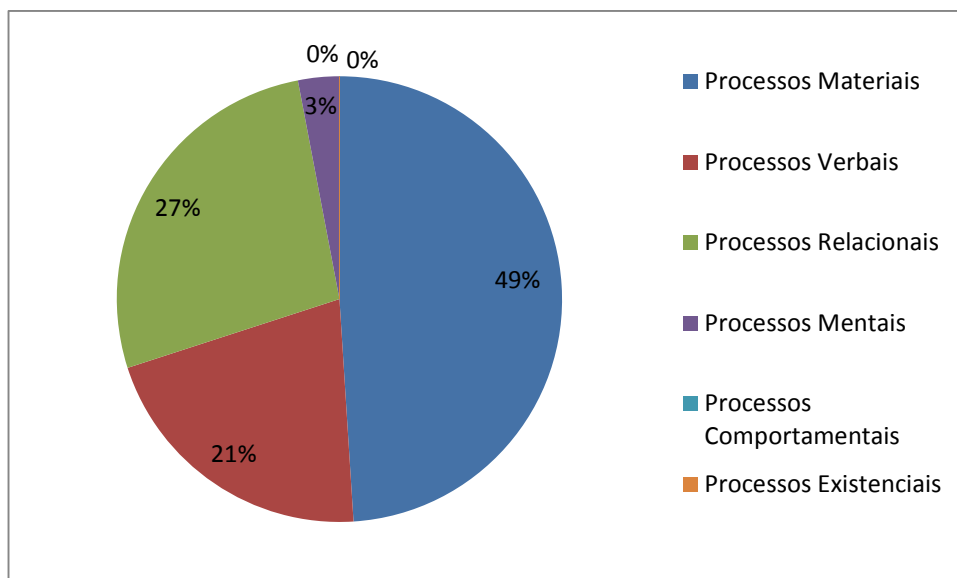
A análise da reportagem sobre a *Anglo American*, empresa premiada no ano de 2012, também revela uma recorrência maior dos processos materiais, relacionais e verbais, respectivamente. Eis a distribuição destes e dos outros tipos de processos no Quadro 6 a seguir.

QUADRO 6 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a *Anglo American* 2012

Tipos de Processo	REPORTAGEM
	<i>Anglo American – 2012</i>
Material	30
Verbal	13
Relacional	17
Mental	2
Comportamental	1
Existencial	0
Total	63

Conforme se pode observar por meio desses dados, os processos materiais são recursos valiosos na construção da experiência na reportagem sobre a *Anglo American*, seguidos pelos processos relacionais e verbais. Assim como nas outras análises, os processos mentais, comportamentais e existenciais não desempenham papel significativo na reportagem. A seguir, será apresentada a representatividade dos processos materiais em termos percentuais no Gráfico 5.

GRÁFICO 5 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre a *Anglo American* em termos percentuais



Esse tipo de organização da experiência contribui diretamente para uma configuração de imagem de empresa que desempenha sua agentividade, ou seja, seu poder de agir sobre o mundo. No caso da *Anglo American*, isso se dá principalmente pelo seu agir sobre a

comunidade, e também em relação ao impacto das instalações de uma mineradora na região. Esse tipo de construção aparece nos recortes (44), (45) e (46).

(44) Aberto a qualquer morador da comunidade, o encontro [**Ator**] costuma reunir [**Processo Material**] anualmente [**Circunstância de Extensão**] até 300 pessoas, entre comerciantes, trabalhadores, religiosos e representantes de entidades locais [**Meta**].

(45) Ao longo da reunião, que costuma se estender por várias horas [**Circunstância de Localização**], a Anglo American [**Ator**] também mostra [**Processo Material**] de maneira detalhada [**Circunstância de Modo**] os possíveis impactos da operação sobre o meio ambiente e as ações [**Escopo**] que (Anglo American) [**Ator**] está tomando [**Processo Material**] para diminuir os danos [**Circunstância de Causa**].

(46) Em Barro Alto [**Circunstância de Localização**], a empresa [**Ator**] promoveu [**Processo Material**] um amplo processo de debates com a comunidade [**Escopo**] e contratou [**Processo Material**] a elaboração de um Plano Diretor [**Escopo**], finalizado em 2010 [**Circunstância de Localização**].

Nesses recortes, pode-se observar uma série de processos materiais destacados, que, juntos, constroem um domínio de experiência, no qual a *Anglo American*, preocupada com o impacto das suas ações na região, decide promover um encontro anual com o intuito de discutir, com diversos setores da comunidade, as decisões da empresa.

Outro traço marcante observado nessa e nas outras reportagens analisadas é a ocorrência de processos materiais que procuram demonstrar a empresa como participante que age sobre o mundo por meio do seu poder econômico, conforme os fragmentos (47), (48) e (49).

(47) No total, o empreendimento de Barro Alto [**Ator**] consumiu [**Processo Material**] 2 bilhões de dólares [**Escopo**] – e se destacou [**Processo Mental**] pelos altos investimentos em tecnologias [**Fenômeno**] para reduzir [**Processo Material**] o impacto ambiental da operação e também pelo bem-sucedido programa de envolvimento da comunidade [**Cliente**].

(48) Desde 2008 [**Circunstância de Localização**], foram construídos [**Processo Material**] um hospital e a rede de saneamento básico [**Meta**].

(49) Para ajudar Barro Alto a se desenvolver de forma sustentável [**Circunstância de Causa**], a empresa [**Ator**] criou [**Processo Material**] mecanismos compensatórios importantes [**Escopo**].

Esses tipos de realidades não ocorrem apenas no domínio dos processos materiais, mas também dos relacionais, segundo tipo de processo mais recorrente na reportagem sobre a *Anglo American*.

(50) Um deles (mecanismos compensatórios) [**Característica**] é [**Processo Relacional Identificativo**] um fundo social para obras de infraestrutura [**Valor**].

(51) [...] mas quem decide onde e como será aplicado o dinheiro [**Característica**] é [**Processo Relacional Identificativo**] a população [**Valor**].

Os processos relacionais também trazem a representação de empresa comprometida com o impacto de suas ações sobre a natureza e também a de empresa que dialoga com a comunidade. Eis os recortes (52), (53) e (54):

(52) Os esforços da empresa para reduzir o impacto de suas atividades no meio ambiente também [**Possuidor**] têm recebido [**Processo Relacional Possessivo**] elogios [**Possuído**].

(53) “Mas ter paciência para ouvir a população [**Projeção Hipotática**] é [**Processo Relacional Identificativo**] a única maneira de garantir andamento de nossos projetos” [**Valor**].

(54) “Mas a disposição da Anglo em ouvir todos os lados e tentar encontrar soluções [**Característica**] é [**Processo Relacional Identificativo**] algo que merece elogios” [**Valor**].”

No que concerne à organização das experiências no domínio dos processos verbais, terceiro tipo de processo mais recorrente na reportagem sobre a *Anglo American*, este procura construir realidades nas quais a empresa age sobre o mundo mediante seus dizeres. Assim como demonstrado anteriormente, esse tipo de processo também busca ratificar uma imagem de empresa que decide os rumos dos negócios após dialogar com a comunidade. Eis os recortes (55) e (56):

(55) Durante a reunião [**Circunstância de Localização**], executivos da Anglo American [...] explicam [**Processo Verbal**] o tipo de material que a empresa pretende comprar [**Verbiagem**] (para que fornecedores da região possam se preparar) [**Circunstância de Causa**] e anunciam [**Processo Verbal**] a abertura de possíveis vagas de trabalho [**Verbiagem**] – uma parceria com o Senai se encarrega de capacitar os interessados.

(56) “A pressão aumentou, e uma comunidade insatisfeita tem condições de atrapalhar o andamento de um projeto” [**Locução**], diz [**Processo Verbal**] Virginia [**Dizente**].

Já no que se refere aos processos mentais, comportamentais e existenciais, estes não desempenham papel muito significativo na representação *da Anglo American*, visto seu baixo número de ocorrências. No caso dos existenciais, por exemplo, nenhuma ocorrência foi identificada. A seguir, será apresentado um exemplo dos processos mentais e comportamentais nos recortes (57) e (58).

(57) A Anglo American [**Comportante**] estuda [**Processo Comportamental**] agora [**Circunstância de Localização**] adotar a mesma fonte de energia [**Fenômeno**] na fábrica de Barro Alto [**Circunstância de Localização**].

(58) Ciente dos efeitos – positivos e negativos – que causa ao se instalar em locais remotos com sérias carências de infraestrutura e baixos indicadores sociais, a Anglo American [**Comportante**] cerca-se [**Processo Comportamental**] de cuidados [**Fenômeno**].

Em (57), o processo comportamental *estuda*, em destaque, demonstra um comportamento do participante comportante *Anglo American*, que reforça a imagem de empresa consciente do impacto de suas ações sobre o meio ambiente. Já em (58), é mostrado como a empresa se comporta em relação aos efeitos de suas ações. Isso se configura pela da relação entre os participantes em destaque e o processo comportamental *cercar*.

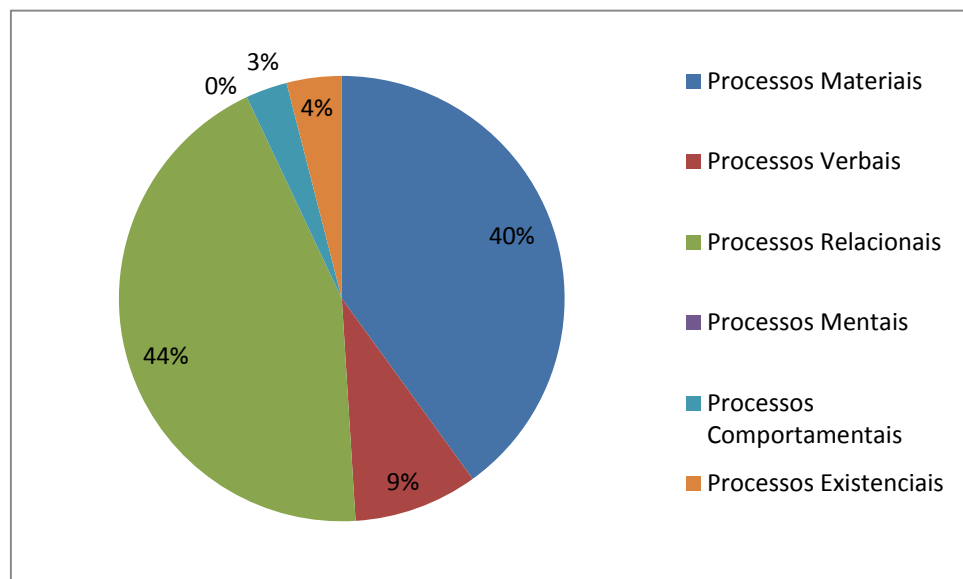
3.1.5 Empresa Sustentável do Ano 2013 – Itaú

Diferentemente das análises anteriores, nas quais o domínio dos processos materiais ocupou um espaço significativo na representação das empresas vencedoras do prêmio dado pela revista *Guia Exame de Sustentabilidade*, a análise da reportagem sobre o Itaú, vencedora no ano de 2013, demonstrou uma ocorrência maior no número de processos relacionais, e não no de processo materiais. Essa observação pode ser justificada pelo próprio setor no qual o Itaú atua. A seguir, a melhor distribuição dos processos no Quadro 7.

QUADRO 7 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o Itaú

Tipos de Processo	REPORTAGEM
	Itaú
Material	26
Verbal	6
Relacional	28
Mental	0
Comportamental	2
Existencial	3
Total	65

Em termos percentuais, fica ainda mais visível o espaço ocupado pelos processos relacionais na reportagem sobre o Itaú, com 44% das ocorrências, seguido pelos processos materiais, com 40% (Gráfico 6).

GRÁFICO 6 – Distribuição dos tipos de processos na reportagem sobre o Itaú em termos percentuais

A análise demonstra que a reportagem sobre o Itaú procura construir uma representação de empresa que age de modo sustentável de três formas principais: a) influenciando seus funcionários e clientes, b) adotando ações que beneficiam o meio ambiente e c) liberando linha de crédito para empresas ou não. Serão apresentados, a seguir, alguns recortes dos processos relacionais.

(58) O objetivo [**Característica**] é [**Processo Relacional Identificativo**] fazer com que esses executivos acostumados a comemorar lucros recordes a cada trimestre –

foram 4,3 bilhões de reais apenas no terceiro trimestre de 2013 – entendam de perto as razões de outra liderança da qual não se orgulham: o primeiro lugar em reclamações nos Procons, com 1108 ocorrências em 2012 [**Valor**].

(59) Mesmo assim, trata-se de uma realidade que o banco [**Característica**] está [**Processo Relacional Identificativo**] decidido a combater [**Valor**].

(60) O Itaú Unibanco [**Característica**] também foi [**Processo Relacional Identificativo**], no mesmo ano [**Circunstância de Localização**], a instituição financeira que mais resolveu problemas de seus clientes [**Valor**].

No domínio dos processos materiais, a escolha dos tipos de processos procura demonstrar que o Itaú age de acordo com o discurso sustentável de diversos modos, dentre eles agindo sobre seus funcionários. Eis o recorte (61):

(61) Movido a puro pragmatismo [**Circunstância de Modo**], o Itaú Unibanco – maior banco privado do país [**Ator**] – mobiliza [**Processo Material**] milhares de funcionários [**Meta**] para levar a sustentabilidade para o centro de sua estratégia [**Expansão Hipotática**].

(62) O Itaú [**Ator**] também passou a premiar [**Processo Material**] funcionários que resolvem problemas dos clientes [**Recedor**]

(64) Em 2012 [**Circunstância de Localização**], 3000 (funcionários) [**Cliente**] foram [**Processo Material**] indicados e 30 (funcionários) [**Recedor**] receberam [**Processo Material**] 10 000 reais em bolsa de estudos [**Escopo**].

Os processos materiais apresentados demonstram uma série de ações realizadas pelo Itaú e direcionadas aos funcionários, representados como participantes *meta*, *cliente* e *recedor* nos recortes.

A análise demonstra que esse tipo de processo também cumpre a função de representar o Itaú como empresa que força seus clientes a adotarem um compromisso socioambiental para conseguirem financiamentos. A seguir, esse tipo de construção no recorte (65).

(65) E o banco [**Ator**] tem se esforçado [**Processo Material**] para ir além [**Expansão Hipotática de Finalidade**]. (o banco) Aumentou [**Processo Material**] a exigência [**Escopo**] para definir se o financiamento deve ou não passar pelo crivo socioambiental [**Expansão Hipotática**].

(66) Em vez de 10 milhões de dólares, como prevê o acordo mundial entre os bancos, (o Itaú) [**Ator**] resolveu fazer [**Processo Material**] uma análise [**Meta**] para projetos acima de 5 milhões de reais [**Beneficiário**].

Os processos verbais trazem a representação dos dizeres realizados pelos participantes que respondem em nome do Itaú. A seguir, alguns recortes desse tipo de processo.

(67) “O comitê se tornou um amplo fórum de discussão da estratégia da companhia, em vários níveis” [**Locução**], diz [**Processo Verbal**] Denise Hills, superintendente de sustentabilidade do banco e coordenadora do comitê [**Dizente**].

(68) “Ainda é um negócio novo em todo o mercado” [**Locução**], afirma [**Processo Verbal**] Eduardo Ferreira, superintendente do Itaú Microcrédito [**Dizente**]. “Mas já ficou claro que todos ganham com ele” [**Locução**]. Eis aí um bom resumo do que seja sustentabilidade.

No que concerne aos processos mentais, comportamentais e existenciais, a análise demonstra que a reportagem não procura construir as experiências do Itaú a partir desses tipos de processos. Eis alguns recortes:

(69) [...] Mas (nós) [**Comportante**] não abrimos [**Processo Comportamental**] exceção [**Fenômeno**].

(70) Atualmente [**Circunstância de Localização**] existem [**Processo Existencial**] 3 000 delas espalhadas [**Existente**] por Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife e Porto Alegre [**Circunstância de Localização**].

O “abrir exceção”, ao qual se refere o recorte (69), concerne ao posicionamento do Itaú em não autorizar financiamentos para empresas cujas ações representem riscos ao meio ambiente. Esse tipo de postura do Itaú procura fortalecer uma imagem de empresa que não quer ser a responsável por danos ambientais, seja direta ou indiretamente. Já em (700), o participante existente em destaque se refere às bicicletas que o Itaú disponibiliza para que seus clientes possam se locomover pela cidade sem o uso de veículos poluentes.

3.2 Análise Visual – Os Significados Representacionais

3.2.1 Na reportagem sobre o *Walmart* – Empresa Sustentável 2009

A análise dos significados representacionais produzidos pelas imagens utilizadas ao longo da reportagem sobre o *Walmart*, empresa sustentável do ano de 2009, demonstra que tanto as estruturas narrativas quanto as conceituais são fundamentais na construção da representação dessa empresa como comprometida com a questão ambiental. Adiante, será

mostrado como cada uma dessas escolhas na configuração da imagem acaba por representar diferentes realidades nesse discurso.

FIGURA 5 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transaccional – Walmart



Logo no início da reportagem, reproduzida na Figura 5, pode-se observar Hector Núñez, presidente do Walmart no Brasil, em uma das lojas “verdes” da rede varejista. É importante reparar que a configuração da imagem não permite que se saiba a direção do vetor criado pelo olhar do presidente da empresa, o que corresponde, segundo a Gramática do Design Visual, a um processo reacional não transaccional, no qual Núñez desempenha o papel de participante Reator, e o outro participante, chamando de Fenômeno, é desconhecido.

Kress e van Leeuwen (2006, p. 76-77) afirmam que esse tipo de configuração visual, no qual não inexistente um participante Fenômeno, desempenha uma função muito próxima à dos processos comportamentais da GSF, que é representar um campo restrito de ação, o campo dos comportamentos fisiológico e psicológico. No caso dos processos reacionais não transacionais, o campo formado é ainda mais restrito, com apenas um tipo de comportamento: o do olhar.

Ainda segundo esses autores, ao deixar para o observador, no caso o leitor da revista, a missão de imaginar o que o participante da Figura 5 está pensando ou olhando, o produtor da

imagem pode “criar um sentido poderoso de empatia ou identificação” entre esse observador e os participantes representados (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006).

Ainda em relação a essa Figura, pode-se refletir sobre a importância que a escolha pelo setor de hortifrúti assume para o significado da imagem. Ao optar por representar o presidente nesse setor, dentre diversos outros setores possíveis, a reportagem procura criar uma relação de proximidade entre a empresa e o meio ambiente, representado por meio de alimentos naturais e orgânicos localizados nas prateleiras da Figura 5. Isso fica mais evidente se se reparar a disposição do braço de Núñez sobre as prateleiras de maçãs, que também reforça essa proximidade entre a empresa e o meio ambiente.

Já as Figuras 6 e 7 não apresentam uma estrutura narrativa, mas sim conceitual, do tipo parte-todo, com o participante Portador (todo) representado pelo *Walmart*, e os Atributos Possessivos (as partes), as instalações realizadas no hipermercado para torná-lo mais ecoeficiente (Figura 6) e as estratégias sustentáveis (Figura 7).

FIGURA 6 – Estrutura conceitual analítica – Walmart

Empresa Sustentável do Ano | **WALMART**

POR DENTRO DE UMA LOJA ECOEFICIENTE

Alguns das iniciativas adotadas para diminuir o consumo de energia e água nos hipermercados do Walmart

1. Janelas de vidro cobertas com película especial privilegiam a luz natural e inibem a entrada de calor. 2. Claraboias no teto permitem a entrada de luz e as lâmpadas usam sensores para regular de acordo com a claridade do dia o volume de eletrificação necessária. 3. Na entrada do estacionamento, um painel movido a energia solar ilumina a entrada dos carros. 4. Refrigeradores usam LEDs em vez de lâmpadas fluorescentes, e, por meio de sensores, param de funcionar logo após a presença de consumidores. 5. Jardins externos, regados com água coletada da chuva, inibem a concentração de calor no prédio.

desse esforço foi o embargo, por cerca de 12 dias, dos maiores varejistas do país – Carrefour, Pão de Açúcar e o próprio Walmart – a qualquer carne proveniente do Pará, um dos focos da atividade ilegal. Além disso, hoje a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), da qual o Walmart é associada, está à frente de um programa para criar uma espécie de certificação para a carne bovina do país. O plano é, que o tal selo, a ser lançado em meados de 2010, seja conquistado pelos frigoríficos depois de muitas auditorias e de aos supermercados a certeza de que a carne fornecida por eles não tem a ver com o desmatamento da Amazônia. “O Walmart conseguiu mobilizar o setor e fez com que esse movimento se desdobrasse num ritmo surpreendente”, diz Purtaido.

O protagonismo do Walmart nessa questão é um dos motivos que levaram o GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE a elegê-lo, entre as 20 empresas-modelo, como a Empresa Sustentável do Ano. Hoje a empresa conta com iniciativas que vão da construção de lojas verdes a programas de conscientização de funcionários (veja quadro no pág. 40). Em 2008, a área de sustentabilidade da empresa investiu 17 milhões de reais – outros apurtes foram feitos também por outros departamentos, como comercial, construtores e recursos humanos. Enquanto companhias como Natura e Pramom, veteranas no guia, carregam a bandeira ambiental desde a fundação, há mais de 30 anos, o Walmart só acordou para esse assunto em 2005. Naquele ano, Lee Scott, então presidente mundial da rede (hoje à frente do conselho de administração), declarou publicamente sua angústia em relação ao futuro do planeta e decidiu que o maior varejista do mundo iria começar a agir – naquela época o Walmart era duramente criticado não apenas pela aparente falta de preocupação com o meio ambiente mas sobretudo pelas práticas draconianas com fornecedores e pelo desleixo com as condições de trabalho de seus funcionários. A declaração de Scott foi o ponto zero da saga verde da empresa, acordada em três metas: realizar a zero a geração de lixo em sua operação, ter 100% do suprimento de energia vindo de fontes renováveis e só vender produtos que não ameacem o meio ambiente. “O Walmart é uma daquelas poucas empresas para quem a ficha de que o mundo mudou color”, afirma Purtaido, da Greenpeace. Vale dizer que, mesmo depois dessa guinada, a empresa continua recebendo algumas críticas nos Estados Unidos, sobretudo por causa de suas políticas de recursos humanos. Em meados do ano passado, por exemplo, o The Wall Street Journal

EM JULHO, O WALMART REUNIU MAIS DE 300 FORNECEDORES EM SÃO PAULO PARA QUE ELES ASSINASSEM UM PACTO PELA SUSTENTABILIDADE

36 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | NOVEMBRO 2009

NOVEMBRO 2009 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | 39

FIGURA 7 – Estrutura conceitual analítica – Walmart

Empresa Sustentável do Ano | **WALMART**

UMA ESTRATÉGIA EM DEZ FRENTES

As principais ações de sustentabilidade do Walmart

revelou que executivos da rede estavam se reunindo com subordinados para “advertir-las” sobre os perigos de uma provável vitória do candidato democrata Barack Obama nas eleições presidenciais. A questão era particularmente delicada porque os democratas são favoráveis a leis que facilitariam uma possível filiação de empregados a sindicatos – e o Walmart detesta esse tipo de organização.

Passados quatro anos desde que Scott teve seu momento de iluminação, fica claro que a operação brasileira abraçou as promessas da matriz. “Todas as nossas operações no mundo estão caminhando, mas os ritmos são diferentes”, afirma Nûñez. “Progredimos rápido e, por isso, já estamos subindo a barra das exigências”. Das 388 lojas que a empresa tem no Brasil, 140 se encontram num estágio de gestão do lixo avançado. Isso significa que, além de destinar para reciclagem resíduos como papéis, vidros, plásticos e metais, esses pontos de venda deixaram de mandar para os aterros o lixo orgânico – ele é enviado a fazendas que transformam o resíduo em ração para os animais ou para usinas de compostagem que o transformam em adubo. O Walmart também colocou em prática programas de redução de consumo de energia e água. Em dezembro de 2008, inaugurou, no bairro de Campinho, na zona norte do Rio de Janeiro, seu primeiro hipermercado “ecoeficiente”. Nela, e em outros dois abertos desde então, foram instaladas mais de 60 iniciativas verdes que permitem uma economia média de 25% de energia e 40% de água em relação aos hipermercados tradicionais da rede. No pacote de medidas estão, por exemplo, o uso de claraboias no teto e muitas janelas de vidro para permitir a entrada de luz natural – todas cobertas com uma película especial que inibe a entrada de calor –, iluminação à base de luz solar, lâmpadas fluorescentes super-eficientes e LEDs e até vasos sanitários que funcionam a vácuo e dispensam o uso de água.

Uma das iniciativas de maior fôlego dentro das lojas diz respeito à redução do consumo das polêmicas sacolas plásticas. Para diminuir em 50% até 2013 o uso das sacolinhas, a rede iniciou um programa em suas lojas do Nordeste no ano passado: um desconto de 3 centavos para cada sacolinha que o consumidor deixar de usar na hora da compra (o cálculo médio é de uma sacolinha para cada cinco itens adquiridos). Trata-se de uma solução muito diferente da encontrada por varejistas no exterior. Na China, as redes foram simplesmente proibidas pelo governo de distribuir as sa-

Desenvolvimento de pequenos fornecedores
Mais de 4 000 produtores rurais – em sua maioria com faturamento mensal de até 9 000 reais – fornecem hoje diretamente para o Walmart. Eles têm apoio de um agrônomo da empresa e, antes dos intermediários, passaram a ganhar mais pelos mercados que vendem para a rede.

Menos sacolinhas plásticas
Para diminuir em 50% o uso da embalagem até 2013, a empresa dá um desconto de 3 centavos para cada sacolinha que o cliente deixa de usar na hora da compra. Hoje o programa está nas regiões Sul e Nordeste e já distribuiu 360 000 reais em descontos – o que evitou o uso de 12 milhões de sacolas.

Apoio ao social
O braço para investimento social da empresa, o Instituto Walmart, investiu 7,5 milhões de reais em 2008 para apoiar 40 projetos nas áreas de desenvolvimento local, cultura e cidadania, geração de renda e profissionalização de jovens em 17 estados do país.

Destino certo para o lixo
Das 388 lojas do Walmart no país, 140 já encaminharam diferentes tipos de resíduos para reciclagem e transformam lixo orgânico em adubo e ração para animais.

Conscientização de funcionários
Com a ajuda do Instituto Akatu, cerca de 72 000 funcionários do Walmart já fizeram um curso sobre consumo consciente e sustentabilidade. Agora, os funcionários são incentivados a criar um projeto pessoal para a sustentabilidade e torná-lo público no Internet. Cerca de 42 000 empregados participam do programa, inclusive o presidente, que escolheu como bandeira o consumo racional da água.

Construção de lojas verdes
Em dezembro de 2008 a rede inaugurou a primeira loja com esse modelo, que prevê economia de 25% de energia e 40% de água em relação aos hipermercados tradicionais. Hoje existem três lojas ecoeficientes e mais duas serão inauguradas até o final do ano.

Exemplo para o setor
Em junho deste ano o Walmart reuniu 300 fornecedores para selar um pacto pela sustentabilidade. Presidentes de 20 grandes empresas, como Unilever e Nestlé, assinaram, na presença de dezenas de ONGs, uma série de compromissos, como o de não comercializar produtos ligados ao desmatamento ilegal. A empresa também encabeçou recentemente um movimento para que o setor supermercadista se recusasse a comprar carne procedente de áreas desmatadas da Amazônia.

Incentivo aos produtos verdes
A empresa incentiva o desenvolvimento de produtos feitos com resíduos. O batido em barra TopMax, por exemplo, é feito com óleo descartado pelas próprias lojas. A rede também conseguiu fazer com que os fornecedores das marcas próprias fizessem reduções nas embalagens de mais de 20 itens, economizando matéria-prima.

Preservação da Amazônia
Em uma parceria com a ONG Conservation International, a empresa investirá 2,5 milhões de reais até 2013 para elaborar um plano de manejo sustentável para a Floresta Nacional do Ampá – área de 412 000 hectares que, se preservada, evitará a emissão de 458 milhões de toneladas de CO₂ na atmosfera.

Serviços para a população
Algumas lojas Maxi e Todo Dia – bandeiras voltadas para as classes populares – oferecem aos clientes uma galeria de serviços: banco, emissão de documentos, acesso à Internet, consultas médicas, polígrafas e cursos profissionalizantes.

Já no caso da Figura 8, a estrutura conceitual apresenta um processo classificacional, no qual a participante Daniela, vice-presidente de sustentabilidade do *Walmart*, está representada como participante Superordenado, e sua equipe, como Subordinados.

Esse tipo de estrutura experiencial procura estabelecer uma relação de hierarquia entre os funcionários do *Walmart*, destacando principalmente a liderança exercida por Daniela à frente das questões ambientais da empresa.

FIGURA 8 – Estrutura conceitual classificacional – Walmart

Empresa Sustentável do Ano | **WALMART**



DANIELA, VICE-PRESIDENTE DE SUSTENTABILIDADE (À FRENTE), E SUA EQUIPE: empunha para que o setor varejista se posicione contra o desmatamento na Amazônia através de slogans até de Greenpeace

CERCA DE 42 000 FUNCIONÁRIOS, INCLUSIVE O PRESIDENTE, TÊM UM PROJETO PESSOAL DE SUSTENTABILIDADE

culas. Na Inglaterra e na Itália, a opção para cobrir o uso foi cobrir por elas. "Acharmos que, para sair da inércia e mudar de comportamento, o consumidor precisava de um empurrãozinho", diz Christiane Uvisato, diretora de sustentabilidade do Walmart. O programa já foi estendido para a Região Sul e começa ainda neste ano a ser implantado no Sudeste. Como resultado até agora, o Walmart distribuiu 360.000 reais em descontos e deixou de usar 12 milhões de sacolinhas plásticas. A rede ainda incentiva o uso de sacolas retornáveis de pano e promove campanhas institucionais que são veiculadas nas TVs das lojas.

Para estimular todos os funcionários a participar dos projetos, foi preciso promover uma mudança cultural. Nos últimos dois anos, com a ajuda do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, 72.000 empregados passaram por treinamentos – a rede tem hoje 77.000 profissionais. "A ideia foi sensibilizá-los individualmente. Só depois de pensar no impacto que as questões relacionadas à sustentabilidade tem sobre a própria vida é que as pessoas vão pensar na empresa", afirma Hélio Mattar, presidente do Akatu. Com o mesmo propósito, os funcionários também passaram a ser incentivados a ter o que o Walmart batizou de PPS – ou Projeto Pessoal de Sustentabilidade – e torná-lo público na intranet da empresa. Hoje, cerca de 42.000 pessoas têm um PPS, inclusive o presidente. Núñez escolheu como bandeira o consumo racional de água e se empolgou de tal maneira com a ideia que, no início de 2008, vestiu uma fantasia azul para gravar um vídeo que foi exibido para cerca de 3.000 pessoas durante um evento da empresa. "Eu era o Capitão Água", diz ele, em tom de brincadeira.

A participação de Núñez nesse processo de mudança, porém, vai muito além do discurso – e da cara-de-pau para vestir uma fantasia. Em agosto deste ano, o executivo se ausentou por quatro dias da sede da empresa, em Osasco, na Grande São Paulo, para levar um grupo de executivos internacionais da rede até Rurópolis. Entre eles estava o americano Doug McMillan, responsável por todas as operações internacionais do Walmart. O objetivo era mostrar ao pessoal a Floresta Nacional do Araguaia (Flona), uma área de 412.000 hectares que a empresa ajudará a conservar pelos próximos cinco anos, em parceria com a ONG ambientalista americana Conservation International. "O desmatamento na Amazônia é o principal emissor de gases de efeito estufa do país", diz Núñez. "Por isso, entendemos que preservar as florestas é uma das melhores maneiras de combater as mudanças climáticas." O presidente também se encarregou diretamente de pressionar – ou "convencer", como ele insiste em dizer – os fornecedores da rede a desenvolver produtos mais verdes. De 2005 para cá, muito já foi feito em relação às marcas próprias, área na qual a empresa tem total ingerência. Um exemplo é que mais de 20 itens já tiveram suas embalagens reduzidas, gerando economia de dinheiro e de recursos naturais. Em julho, a rede reuniu mais de 200 fornecedores em São Paulo para que eles assinassem um pacto pela sustentabilidade. Na prática, isso significa que eles terão prazos para cumprir uma série de compromissos. Os fabricantes de produtos de limpeza, por exemplo, terão até 2011 para diminuir em 70% o fosfato nas fórmulas de seus produtos. Banida em vários países, a substância é responsável por provocar nos rios a chamada eutrofização – proliferação exagerada de algas, que consomem o oxigênio e provocam a morte dos peixes. "Não somos pretensiosos ao acreditar que podemos mudar o mundo. Nós podemos mesmo", diz Núñez. "E não vamos fazer isso porque somos legais, mas simplesmente porque essa é a estratégia de negócios mais inteligente." ■

CHECK-LIST DA SUSTENTABILIDADE
Como a empresa se comporta em relação a alguns dos temas mais importantes analisados pelo pesquisa do Guia EXAME. sim não

- Publica e audita Relatório de Sustentabilidade no Brasil
- A remuneração dos executivos está vinculada a metas de desempenho econômico, ambiental e social
- Possui auditoria interna que se reporta diretamente ao conselho de administração
- O planejamento estratégico adota medidas para a redução da pobreza
- O planejamento estratégico adota medidas para a redução da corrupção
- Identifica, monitora e estabelece metas para reduzir os impactos indiretos de sua operação
- Elabora inventário das emissões de gases de efeito estufa de suas atividades no Brasil
- Tem metas de redução das emissões
- Responsabiliza-se pela saúde, segurança e qualidade de vida dos terceirizados
- Monitora os fornecedores quanto a seu envolvimento com trabalho forçado ou computorizado

42 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | NOVEMBRO 2009

NOVEMBRO 2009 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | 43

3.2.2 Na reportagem sobre a Alcoa – Empresa Sustentável 2010

No caso da Alcoa, empresa vencedora do ano de 2010, a análise revela uma configuração na disposição das imagens muito parecida com a configuração da reportagem anterior. Um exemplo desse padrão na configuração que podemos observar é a figura do presidente da empresa, logo nas primeiras páginas da reportagem sobre a Alcoa. Cumpre adiantarmos que esse tipo de escolha ocorre com certa frequência em todas as reportagens que compõem o *corpus* dessa pesquisa. Na Figura 9, o presidente da Alcoa como participante Reator em um processo reacional não transacional.

FIGURA 9 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – Alcoa



Na Figura 9, pode-se observar que o participante Reator direciona seu olhar para um Fenômeno desconhecido. Conforme dito anteriormente, esse tipo de configuração procura, de acordo com a GDV, estabelecer uma relação de empatia entre o PR e o observador, no caso o leitor da revista.

Outro elemento importante na Figura 9 que se pode notar é o *banner* localizado à esquerda da imagem, no qual temos um PR agindo através de uma circunstância de meio, no caso um carrinho de mão, e também algumas árvores que, juntas, criam um contexto de meio ambiente na Figura. É como se esse elemento visual representando um *banner* desempenhasse a mesma função das maçãs na prateleira da Figura 5: criar uma relação de proximidade entre a empresa e o meio ambiente. Ao longo da reportagem sobre a Alcoa, pode-se notar também a presença de estruturas conceituais analíticas, tais como as reproduzidas nas Figuras 10 e 11 apresentadas a seguir.

FIGURA 10 – Estrutura conceitual analítica – Alcoa

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO | ALCOA

Porto de Juruti as principais instalações para Alcoa podem ser transformadas em modelos para empresas e poder público

Ferraria da empresa: quase 10 000 trabalhadores estiveram envolvidos na construção do complexo de Juruti

Beneficiamento de bauxitas: situação de 55 quilômetros da cidade, a unidade processa a matéria-prima do alumínio

Um plano diferente

O que a Alcoa está fazendo para transformar Juruti em referência para o setor de mineração

- 1 Criou um conselho para discutir com a população e o poder público o desenvolvimento do município
- 2 Definiu, com a ajuda de especialistas, dezenas de indicadores de sustentabilidade que devem nortear as políticas públicas locais e os publicou na internet para que eles possam ser acompanhados por qualquer pessoa
- 3 Criou um fundo para financiar empreendimentos e ações sociais que são definidos por representantes do município
- 4 Negocia com as populações próximas à operação da mina compensações financeiras para problemas como redução da caça e poluição sonora
- 5 Financia voluntariamente a preservação de 12 milhes de hectares de mata nativa em parques e florestas nacionais que cercam o município de Juruti

Desistir do empreendimento nunca foi uma opção: Juruti abriga uma das maiores jazidas de bauxita de alta qualidade do mundo

afetadas e uma transparência poucas vezes vista em projetos dessa magnitude, deu à Alcoa o título de Empresa Sustentável do Ano, do *GAIA EXAME de Sustentabilidade 2010*.

O trabalho não tem sido nada simples. Instalar uma operação desse porte e não estragar a paisagem de floresta de que o executivo norueguês tanto gosta? Impossível. A Alcoa recebeu dos órgãos ambientais a licença de instalação para a unidade de beneficiamento em meados de 2005. Em abril de 2006, cortou a primeira árvore. No total, só para instalar a mina, 800 hectares — o equivalente a cinco vezes o parque do Itaipu, em São Paulo — de mata nativa foram derrubados. A empresa também tem se esforçado para ajudar o município, com cerca de 35 000 habitantes, a encontrar maneiras de se desenvolver. E tem tentado fazer isso sem cair em duas velhas armadilhas: a de assumir o papel do poder público e a de definir, por conta própria, o que é importante para a população. Ainda assim, não faltam críticos à sua atuação. Para Raimundo Soares, promotor de Justiça e coordenador do núcleo de meio ambiente do estado do Pará, no mundo ideal, os executivos da Alcoa jamais teriam pisado em Juruti. "Dizer que esse é o melhor modelo de desenvolvimento para o município? Não acho", diz Soares. "Sob a lógica dos ganhos ambientais e so-

04 | **GAIA EXAME • SUSTENTABILIDADE** | NOVEMBRO 2010

NOVEMBRO 2010 | **GAIA EXAME • SUSTENTABILIDADE** | 05

FIGURA 11 – Estrutura conceitual analítica – Alcoa

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO | ALCOA

ciais não há nem sequer um exemplo de projeto de mineração bem-sucedido na cidade. Me pergunto seriamente se esse fará a diferença."

Os executivos da Alcoa acham que é possível ser uma exceção a essa regra. Eles pediram ajuda ao Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces), que, por sua vez, convidou a ONG Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (o FBVces realiza a pesquisa que dá origem ao *GAIA EXAME de Sustentabilidade*, mas a escola das empresas-modelo feita por um conselho independente; veja mais na pág. 116). Equipes das duas entidades passaram uma temporada em Juruti, em janeiro de 2006, entrevistando

de mulheres e pescadores e autoridades do governo e da cidade. Além disso, mais gente do município participa indiretamente da iniciativa por meio das câmaras técnicas, que subsidiam o conselho com informações sobre meio ambiente, educação, saúde e segurança, entre outros assuntos.

INDICADORES

A segunda medida adotada pela Alcoa foi um sistema de indicadores para avaliar o desenvolvimento local, uma das partes mais complexas do trabalho. A definição do que seria medido — e como — exigiu um trabalho de mais de dois anos. O município de Juruti ocupa uma área equivalente a cinco cidades

de São Paulo. Para chegar a Sabina, um vilarejo no seu extremo sul, a ecóloga Cecília Ferraz, coordenadora do programa de desenvolvimento local do GVces, e mais seis colegas tiveram de viajar 14 horas de barco. O fruto desse esforço é uma fotografia precisa do município. Ela permite comparar o que havia ali em 2000, o dado mais recente, com o que ocorreu em 2008 — ano em que cerca de 10 000 trabalhadores terceirizados estiveram envolvidos na construção da unidade de beneficiamento, de um porto e de uma ferrovia de 55 quilômetros.

Um exemplo ao consultar o livro de indicadores de Juruti, um caderno de 145 páginas que possui 158 métricas, é possível saber que, em 2005, 119 adolescentes grávidas, com idade entre 13 e 18 anos, deram à luz no hospital local. Em 2008, foram 211. O número de alvarás concedidos para a abertura de negócios também saltou de 135, em 2005, para 554, em 2008. A ideia é que

os indicadores sejam atualizados anualmente. "Estamos agora identificando técnicas da prefeitura e de outras instâncias locais para que eles próprios possam coletar os dados", afirma Cecília. Esses indicadores serão disponíveis na internet, e o Brasil e o mundo podem acompanhar o impacto da presença da Alcoa em Juruti.

Poucas empresas estão voluntariamente dispostas a ser colocadas sob tamanho escrutínio, muito menos a financiar a criação dos mecanismos que permitirão que isso seja feito. O grande objetivo dos indicadores, porém, é nortear as políticas públicas do município e os usos dos recursos — a terceira medida tomada pela empresa no projeto Juruti Sustentável foi a criação de um fundo. O mecanismo financeiro, criado com 2 milhões de reais doados pela Alcoa, começou a operar em maio

de 2009, quando foi lançado o primeiro edital no valor de 500 000 reais para financiamento de projetos. Hoje, são financiadas 21 iniciativas locais, que vão de pequenos negócios de criação de peixe e cultivo de verduras à construção de um refeitório para crianças numa escola pública. A Alcoa escolheu os projetos junto com as 11 entidades que compõem o conselho do fundo.

"Juruti exige diálogo, diálogo, diálogo o tempo todo. E nenhuma escola de negócios daqui ou lá de fora ensina isso", diz Franklin Pader, que se formou em administração na Fundação Getúlio Vargas e chegou a cursar por quatro anos ciência social na Universidade de São Paulo. Um dos diálogos mais intensos que a empresa tem travado é com a Associação das Comunidades da Região de Juruti Velho (Acorjvel). Nas áreas de exploração da bauxita,

04 | **GAIA EXAME • SUSTENTABILIDADE** | NOVEMBRO 2010

NOVEMBRO 2010 | **GAIA EXAME • SUSTENTABILIDADE** | 07

No caso da Figura 11, nota-se uma estrutura parte-todo na parte superior, na qual a cidade de Juruti representa o todo, e a beleza do local, os Atributos Possessivos, ou seja, as

partes. Essa imagem também pode ser vista como uma circunstância de cenário, dado o contraste entre o primeiro (água) e o segundo plano (porto). Kress e van Leeuwen (2006, p. 73) ressaltam que os cenários também podem ser lidos como processos analíticos. Ainda na Figura 11, observam-se na parte inferior alguns PRs em uma das reuniões promovidas pela Alcoa, a fim de promover um diálogo com a comunidade sobre as decisões futuras da empresa.

3.2.3 Na reportagem sobre a Unilever – Empresa Sustentável 2011

A análise da reportagem sobre a Unilever, empresa premiada do ano de 2011, demonstra também a ocorrência de estruturas narrativas e conceituais. Dentre esses padrões, nota-se novamente a figura do presidente como participante Reator e alguns processos conceituais analíticos (Figuras 12 e 13).

FIGURA 12 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – Unilever

O argentino Fernando Fernandez, presidente da Unilever no Brasil
 “Um produto sustentável não pode custar mais caro”

Unilever
 EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO

A escala faz a diferença
 Ao considerar a sustentabilidade como parte de seu negócio, a Unilever passou a influenciar 2 bilhões de pessoas em 182 países a comprar, usar e descartar produtos de forma mais racional
 ALEXA SALOMÃO

“VOCÊ SABE O QUE É UMA LÂMPADA DE LED?”
 Esta pergunta, sugerindo o uso desse produto para economizar energia elétrica, está numa mensagem publicada na versão brasileira do Facebook da anglo-holandesa Unilever. Lá também é possível encontrar milhares de outras dicas ligadas à sustentabilidade e à qualidade de vida: consumir ricota para combater o colesterol “ruim”, trocar o carro pela bicicleta ou pelo transporte coletivo, usar sacolas biodegradáveis de amido de milho para substituir a sacolinha de plástico do supermercado. Diferentemente de outras páginas corporativas na rede social, há poucas referências aos mais de 700 produtos de 26 marcas que a Unilever fabrica no Brasil. A empresa não produz lâmpadas, ricota nem sacolas de amido de milho, muito menos bicicletas e ônibus. A sugestão de uso desses e outros produtos alheios a seus negócios faz parte do Plano Global de Sustentabilidade da Unilever. Lançado em 2010, ele tem como meta dobrar o tamanho da empresa no mundo até 2020 sem elevar o impacto ambiental. Maior empresa de bens

130 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | Novembro 2011

Novembro 2011 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | 131

FIGURA 13 – Estrutura conceitual analítica – Unilever

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO / **Unilever**



Linha de produção do Comfort concentrado. O uso de novas tecnologias diminuiu em quase 80% o consumo de água na fabricação.

de consumo do mundo, com um faturamento global de 44 bilhões de euros, a Unilever está presente em praticamente 100% dos lares brasileiros com marcas como Omo, Comfort, Lux, Ribon, Knorr e Maizena. Apesar da magnitude dos negócios, a tarefa de produzir mais com o mesmo – ou com menos –, na avaliação da Unilever, não depende apenas da adoção de novos processos de produção e de distribuição. É preciso desenvolver produtos inovadores, que economizem matérias-primas. E, acima de tudo, é fundamental convencer os consumidores a mudar seus hábitos. “Nos últimos

15 anos, fizemos um trabalho interno, reduzindo o consumo de energia, água e insumos”, diz o argentino Fernando Fernandez, presidente da Unilever no Brasil. “Agora, queremos incentivar o consumo responsável em nossa cadeia global de fornecedores, clientes e consumidores.”

Na frente do consumidor, o Facebook, por sua influência, tornou-se uma das principais ferramentas da Unilever para estimular as pessoas a adotar uma nova relação com o consumo. O grande poder de fogo da companhia, no entanto, é a cadeia global à qual Fernandez se refere. A Uni-

Uma a cada três famílias no mundo, espalhadas por 182 países, usa produtos da Unilever



112 | **QUIA EXAM - SUSTENTABILIDADE** | Novembro 2017

No caso da Figura 13, esta pode ser vista como uma estrutura conceitual analítica ou também como uma circunstância de cenário. Nesse segundo caso, o contraste ocorre através do foco configurado aos amaciantes representados no primeiro plano da imagem. Caso se entenda essa Figura como uma estrutura conceitual analítica, a Unilever passa a corresponder ao papel de participante Portador, possuidor de uma linha de produção que produz um produto menos agressivo ao meio ambiente.

Esse tipo de estrutura da qual a Unilever é participante Portador também volta a ocorrer, ao final da reportagem, conforme se pode ver na Figura 14 a seguir. Nesse caso específico, o Atributo Possessivo é a cooperativa de catadores iniciada com a ajuda da Unilever, que hoje é mantida por essa empresa.

FIGURA 14 – Estrutura conceitual analítica – Unilever

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO / **Unilever**

Unilever entra na casa de 2 bilhões de pessoas em 182 países. Uma em três famílias em algum lugar do planeta usa suas marcas. No Brasil, a cada segundo são vendidos 200 produtos da empresa. Se tiver êxito em sua meta de inovar em seus processos de produção e de persuadir os consumidores a preferir produtos ambientalmente corretos, a Unilever pode criar algo inimaginável há bem pouco tempo: a economia de matérias-primas em escala global a partir da massificação do consumo consciente. “Por ser uma empresa internacional de produtos de consumo, a Unilever consegue influenciar na compra, no uso e no descarte dos produtos”, diz Helio Mattar, presidente do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente. É justamente o enorme potencial de fazer a diferença, graças à escala e à proximidade que mantém com milhões de consumidores, que fez com que a Unilever fosse apontada como Empresa Sustentável do Ano pelo Guia EXAME de Sustentabilidade 2011.

ESFORÇO CONCENTRADO

A decisão da Unilever de incorporar a sustentabilidade à sua estratégia de negócios levou em consideração as projeções de crescimento da demanda global. Atualmente, os 7 bilhões de habitantes do planeta consomem 60 bilhões de toneladas de matérias-primas básicas por ano – entre produtos agrícolas, minerais, combustíveis fósseis e material de construção. Mas a distribuição é desigual. Um canadense, por exemplo, consome cerca de 25 toneladas por ano, enquanto um indiano consome 4. Com a acelerada urbanização e o aumento da renda em países emergentes, essa diferença começa a se estreitar. Já se sabe, porém, que o planeta não tem condições de dar ao 1 bilhão de indianos ou aos muitos milhões de emergentes chineses o mesmo padrão de consumo dos 33 milhões de canadenses na forma como ele é praticada.

O Facebook tornou-se uma ferramenta para incentivar as pessoas a adotar uma nova relação com o consumo

do hoje. “O desafio dos próximos anos será criar meios mais eficientes de utilizar as matérias-primas, ampliar a reciclagem de materiais, combater o desperdício e estabelecer formas mais racionais de consumo”, diz o economista Ricardo Abramovay, coordenador do Núcleo de Economia Sociambiental da Universidade de São Paulo.

No Brasil, segundo mercado da Unilever no mundo, depois dos Estados Unidos, o trabalho da empresa para promover o consumo consciente começou em 2001, quando foi firmada uma parceria com o Pão de Açúcar para criar pontos de coleta de materiais recicláveis nos supermercados da



3.2.4 Na reportagem sobre a *Anglo American* – Empresa Sustentável 2012`

No caso da *Anglo American*, empresa vencedora do ano de 2012, a análise da reportagem demonstra que esta também segue as mesmas configurações das reportagens anteriores, inclusive com a figura do presidente nas páginas iniciais da reportagem. Esse e outros casos serão apresentados nas Figuras 15, 16 e 17.

FIGURA 15 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – Anglo American

POLÍTICA DE BOA VIZINHANÇA

Para a mineradora Anglo American, estabelecer um diálogo com a comunidade nas regiões em que atua e reduzir o impacto ambiental tem sido estratégico para sua expansão no país. RAQUEL GRESOTTO

Walter De Simoni, presidente da unidade de níquel da Anglo American, participa para ouvir a comunidade.

TODOS OS ANOS, desde 2008, em meados de novembro, uma velha Belina bege com alto-falantes acoplados ao teto começa a circular pelas ruas de Barro Alto, município no interior de Goiás. Sua missão é anunciar a data, o horário e o local de um dos eventos mais aguardados da cidade – o Fórum Comunitário Intercâmbio, promovido pela unidade de níquel da mineradora Anglo American para discutir com a população as ações da empresa na região. Aberto a qualquer morador da comunidade, o encontro costuma reunir anualmente até 300 pessoas, entre comerciantes, trabalhadores, religiosos e representantes de entidades locais. Durante a reunião, executivos da Anglo American apresentam os planos para os meses seguintes, explicam o tipo de material que a empresa pretende comprar (para que fornecedores da região possam se preparar) e anunciam a abertura de possíveis vagas de trabalho – uma parceria com o Senai se encarrega de capacitar os interessados. Ao longo da reunião, que costuma se estender por várias horas, a Anglo American também mostra de maneira detalhada os possíveis impactos da operação sobre o meio ambiente e as ações que está tomando para diminuir os danos.

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO

Anglo American
unidade de níquel

FIGURA 16 – Estrutura conceitual analítica – Anglo American

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO / **ANGLO AMERICAN**

A fábrica em Barro Alto custou 2 bilhões de dólares. Cerca de 300 milhões de dólares foram gastos em tecnologias para reduzir o impacto ambiental

São comuns os questionamentos e, vez ou outra, algum morador levanta a voz de forma mais exaltada. “Não é um trabalho fácil”, diz o engenheiro Walter De Simoni, presidente da unidade de níquel da Anglo American. “Mas ter paciência para ouvir a população é a única maneira de garantir o andamento de nossos projetos.” Tem sido assim desde que a Anglo American, um dos maiores grupos de mineração do mundo, com sede em Londres, iniciou suas atividades em Barro Alto, em 2004. No começo, os negócios se resumiam à extração de níquel. Sete anos depois, a empresa inaugurou um complexo com capacidade para processar 41 000 toneladas de níquel por ano, o que vai contribuir para ampliar a produção da empresa no Brasil em 50% até 2015. O estado de Goiás é estratégico para a multinacional consolidar-se como a segunda maior produtora de níquel do país, atrás apenas da Votorantim. Atuando no Brasil há quatro décadas, a Anglo American tem uma fábrica de beneficiamento de níquel em Niquelândia, também no interior de Goiás, instalada em 1982.

No total, o empreendimento de Barro Alto consumiu 2 bilhões de dólares – e se destacou pelos altos investimentos em tecnologias para reduzir o impacto ambiental da operação e também pelo bem-sucedido programa de envolvimento da comunidade. “A maior preocupação é mostrar que o balanço de nossa atividade na região pode ser positivo para os dois lados”, diz De Simoni. No conjunto, essas ações tiveram peso decisivo para que a unidade níquel da Anglo American fosse apontada como Empresa Sustentável do Ano pelo GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE 2012. A escolha ganha ainda mais peso pelo setor em que a Anglo atua. Afinal, a mineração é um negócio que, historicamente, carrega uma herança negativa. Desde a descoberta do Brasil, a atividade esteve associada a pesadelos como trabalho escravo, expropriação de terras e destruição de recursos naturais. Ainda hoje, poucas atividades causam impacto tão grande como a mineração. Se realizada sem planejamento, ela pode provocar danos ao meio ambiente, como poluição, devastação de florestas e contaminação de águas. Nas lavras a céu aberto, as operações se estendem por dezenas de quilômetros, há tráfego intenso de veículos pesados e pilhas de de-

Produção de mudas de eucalipto (à esq.) e escavação de mina em Barro Alto: um dos maiores desafios é mudar a imagem de um setor historicamente associado à degradação ambiental

FIGURA 17 – Estrutura Conceitual Analítica – Anglo American

EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO / **ANGLO AMERICAN**

jeitos se acumulam durante as escavações. Apesar dos avanços, essas práticas ainda ocorrem no país. Mas, no geral, há muito o que comemorar. “Nos últimos 20 anos, a indústria da mineração evoluiu em muitas frentes”, afirma a engenheira Virginia Cimilmei, professora da Universidade Federal de Minas Gerais e coordenadora do INCT Aqüia, um programa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação que estuda a interferência das atividades de mineração e metalurgia nas águas, nos solos e na vegetação. Entre os fatores que mais contribuíram para essa evolução estão o avanço na legislação e as ações das empresas. “A pressão aumentou, e uma comunidade insatisfeita tem condições de atrapalhar o andamento de um projeto”, diz Virginia.

Com todos os seus impactos negativos, que podem e devem ser minimizados, não se questiona que a mineração é uma atividade necessária e fundamental – os diversos minérios estão presentes na construção civil, na agricultura, nos meios de transporte e em um sem-número de aplicações que fazem parte do dia a dia de qualquer pessoa. Seu impacto na economia também é expressivo. Representa quase 4% do PIB brasileiro, exporta mais de 70 bilhões de dólares por ano – é a principal responsável pelo saldo positivo na balança comercial brasileira –, emprega diretamente 175 000 pessoas e alimenta uma cadeia de mais de 2,5 milhões de trabalhadores na indústria da transformação.

Ciente dos efeitos – positivos e negativos – que causa ao se instalar em locais remotos com sérias carências de infraestrutura e baixos indicadores sociais, a Anglo American

A população de Barro Alto havia encolhido 40% em uma década. Com a fábrica da Anglo American, a cidade voltou a crescer

cerca-se de cuidados. Em Barro Alto, a empresa promoveu um amplo processo de debates com a comunidade e contratou a elaboração de um Plano Diretor, finalizado em 2010. A ideia é evitar o crescimento desordenado da cidade. A preocupação se justifica. Segundo o IBGE, a população de Barro Alto diminuiu de quase 10 000 habitantes, em 1990, para 6 000 habitantes, em 2000, uma queda de 40%, motivada pela falta de oportunidades de trabalho na região. Com o início das atividades da Anglo American, a população voltou a crescer, atingindo hoje 9 000 habitantes. Para ajudar Barro Alto a se desenvolver de forma sustentável, a empresa criou mecanismos compensatórios importantes. Um deles é um fundo social para obras de infraestrutura. Desde 2008, foram construídos um hospital e a rede de saneamento

Fábrica em Barro Alto: redução de 18% no consumo de energia em relação à média do setor no mundo.

to básico. Para reduzir o risco de desvio das verbas, a própria Anglo American administra os recursos, mas quem decide onde e como será aplicado o dinheiro é a população. Para-lemente, a empresa promove palestras, ministradas pela ONG Agenda Pública, para esclarecer os moradores sobre seus direitos e deveres como cidadãos. “Não queremos assumir compromissos que devem ser do poder público”, diz De Simone. A Agenda Pública atua em Barro Alto desde 2009, financiada pela Anglo American. Além de ajudar a comunidade a se organizar em associações e ensinar as ferramentas de cobrança do poder público, a ONG trabalha em parceria com as secretarias municipais, implantando métricas para monitorar a gestão. “A Anglo American incentiva o engajamento da comunidade e melhora as estruturas do poder público”, afirma Sérgio Andrade, diretor da Agenda Pública. “São raríssimas as empresas que atuam dessa forma.”

PRAZO PARA ACABAR
Uma das preocupações da Anglo American é reduzir a dependência da população de uma atividade que tem prazo para acabar – a exploração do níquel costuma durar de 30 a 40 anos. Por isso, em parceria com a Care Brasil, organização de fomento ao empreendedorismo, ajuda a fortalecer as atividades comerciais da cidade – mesmo aquelas sem nenhuma relação com seu negócio. Um desses programas é o Via Láctea, que promove a difusão de tecnologias da Empresa entre pequenos agricultores para que possam aumentar a produtividade e a qualidade do leite. Em alguns casos, os ganhos de renda chegam a 30%. “Numa operação assim, sempre há pessoas insatisfeitas, sobretudo as que não conseguem se beneficiar diretamente das ações de fomento”, diz Beatriz Bandeira, coordenadora da Care Brasil em Goiás. “Mas a disposição da Anglo em ouvir todos os lados e tentar encontrar soluções é algo que merece elogios.”

Os esforços da empresa para reduzir o impacto de suas atividades no meio ambiente também têm recebido elogios. Somente na fábrica de Barro Alto foram investidos 296 mi-

ATUAÇÃO RESPONSÁVEL
A exploração de minério é uma atividade que traz riscos

1 Problema
O aumento acelerado da população, atraída pela possibilidade de trabalho, pode provocar crescimento desordenado e favelização

2 Problema
A mineração promove o crescimento, mas há riscos de a cidade se tornar dependente de uma atividade que tem prazo para acabar

3 Problema
A má gestão de efluentes (material escavado sem valor econômico) e de resíduos industriais está entre as principais causas de acidentes no setor

Acções
A Anglo American criou um conselho para discutir com a comunidade e o poder público o desenvolvimento da municipalidade. A empresa investe em obras de infraestrutura

Acções
A Anglo American adota a política de priorizar fornecedores locais e, em parceria com a ONG Care Brasil, procura estimular novas fontes de receita para a população local

Acções
Além de construir barragens para evitar que os detritos cheguem aos rios, a Anglo American adota políticas para reaproveitamento e tratamento de 100% do material

As Cidades seguem as operações de exploração de níquel da empresa, em São Paulo. Fotos: Ezer e Anglo American

118 GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | Novembro 2012

Novembro 2012 | GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE | 119

Nota-se que as configurações realizadas nas Figuras 16 e 17 não procuram valorizar as ações dos participantes representados na imagem, mas sim partes específicas da empresa, o que faz que essas imagens correspondam a uma estrutura partes-todo.

3.2.5 Na reportagem sobre o Itau – Empresa Sustentável 2013

Por fim, a análise visual da reportagem sobre o Itau, empresa vencedora do ano de 2013, também revela a escolha pelos mesmos tipos de estruturas que foram utilizadas nas outras reportagens. Na Figura 18, a seguir, pode-se perceber, por exemplo, a imagem do presidente da empresa inaugurando a reportagem sobre o Itau em um processo reacional não transacional. Além dessa recorrente configuração, destacam-se também o uso de estruturas conceituais classificacionais (Figura 19) e também de estruturas conceituais analíticas (Figura 20), todas apresentadas logo a seguir.

FIGURA 18 – Estrutura Narrativa – Processo reacional não transacional – Itaú



Ser responsável dá lucro

Movido a puro pragmatismo, o Itaú Unibanco – maior banco privado do país – mobiliza milhares de funcionários para levar a sustentabilidade para o centro de sua estratégia | FLÁVIA FURLAN E RENAN FRANÇA

A EMPRESA, SUSTENTÁVEL DO ANO Itaú Unibanco

Roberto Setubal, presidente do Itaú Unibanco: "Não é uma obrigação e mais, e sim parte indissociável do que fazemos no dia a dia"

HIERARQUIA SEMPRE FOI ASSUNTO SÉRIO NO ITAÚ, MAIOR BANCO PRIVADO DO PAÍS. Ao longo de mais de seis décadas, os diretores eram chamados de doutor e tinham salas exclusivas. É uma tradição que os principais executivos do banco começaram a desconstruir recentemente. O primeiro a dar o exemplo foi Roberto Setubal, presidente do banco, ao escrever uma mensagem para os funcionários na qual pediu para ser chamado apenas de Roberto. Todos perderam suas salas e hoje trabalham num salão aberto com suas equipes. Em 2012, uma nova rotina serviu para tirar de vez o primeiro escalão de uma espécie de olimpo corporativo – inclusive o próprio Roberto. Naquele ano, 1.200 executivos deixaram o expediente normal para trabalhar por algumas horas na central de atendimento ao cliente do banco. Desde então, tornou-se parte da rotina de todos eles uma vez por ano.

O objetivo é fazer com que esses executivos acostumados a comemurar lucros recorde a cada trimestre – foram 4,3 bilhões de reais apenas no terceiro trimestre de 2013 – entendam de perto as razões de outra liderança da qual não se orgulham o primeiro lugar em reclamações nos Procons, com 1.108 ocorrências em 2012. É um efeito colateral do crescimento – o total de problemas representa uma parcela ínfima de menos de 1% de seus 15 milhões de correntistas. Mesmo assim, trata-se de uma realidade que o banco está decidido a combater. Os vendedores são treinados para não empurrar produtos que os clientes não querem. O Itaú também passou a premiar funcionários que resolvem problemas dos clientes. Em 2012, 3.000 foram indicados e 30 receberam 10.000 reais em bolsa de estudo. Os resultados já aparecem. O Itaú Unibanco também foi, no mesmo ano, a instituição financeira que mais resolve problemas de seus clientes. O índice de solução foi de 85%.

FIGURA 19 – Estrutura conceitual classificacional – Itaú

A EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO itaú unibanco

Essa não tem sido a única mudança na rotina dos executivos do banco. Outras discussões tornaram-se cada vez mais presentes na agenda de todos eles. O banco deve emprestar dinheiro para uma empresa que produz amianto? Como ajudar pequenos empreendedores em comunidades de baixa renda? "São questões que fazem parte de nosso negócio", diz Setubal. "Percepar um modelo de negócios sustentável no longo prazo não é uma obrigação e mais, e sim parte indissociável do que fazemos no dia a dia."

Achar boas respostas para essas perguntas é a principal missão de um grupo de 20 executivos do banco. Eles fazem parte de um comitê de sustentabilidade, responsável por coordenar áreas tão distintas como recursos humanos ou a linha de frente, que lidam com clientes de varejo e pessoas jurídicas, e se reúnem uma vez a cada três meses na sede do banco, no bairro da Jabaquara, em São Paulo. Não é de hoje que o Itaú, há 13 anos listado no Dow Jones Sustainability Index, índice que reúne empresas consideradas responsáveis cotadas na bolsa de Nova York, discute o assunto dentro de casa. O embrião do comitê surgiu em 2004, com menos da metade do tamanho atual. Mas desde o início com o mesmo propósito – levar a discussão para o centro da estratégia. (As atividades da Fundação Itaú Social, criada em 2000 para organizar os investimentos sociais do banco, sempre se mantiveram à parte.)

Aos poucos, o escopo da discussão se ampliou. Hoje, é desse grupo que surgem ideias tão diferentes como treinar os atendentes para não empurrar produtos que os clientes não querem. Ou colocar milhares de bicicletas à disposição do público nas ruas de grandes cidades do país. Atualmente existem 3.000 delas espalhadas por Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife e Porto Alegre. Para usar, basta pagar uma taxa mensal de 10 reais – ou uma diária de 5 reais. Também é no comitê que se apresentam resultados da política de concessão de crédito do banco. Se a empresa tem um nível considerado crítico de risco ambiental,


 Integrantes do comitê de sustentabilidade do Itaú Unibanco, reunidos a cada três meses, para discutir a sustentabilidade.

VALORES PARA VALER

Veja as principais frentes de sustentabilidade do Itaú Unibanco

1 **ALÉM DO PADRÃO DO SETOR**

O Itaú Unibanco investiga os micros, pequenos e médios empreendedores para conceder crédito acima de 5 milhões de reais – os Prínceps do Espírito, um acordo voluntário do setor financeiro mundial, exigem que a avaliação aconteça apenas em empreendedores acima de 10 milhões de dólares.

RESULTADO
Em 2012, foram dados cerca de 6.500 pareceres. Desses, aproximadamente 1,4% era contrário.

2 **APOIO AO MICROEMPREENDEDOR**

O programa de microcrédito do banco, criado em 2005, tem o objetivo de conceder empréstimos para quem não tem conta em banco e não consegue comprar nada – um negócio que precisa a dar lucro rapidamente.

RESULTADO
Em 2012, foram concedidos 24,4 milhões de reais – 21% mais em relação ao ano anterior.

3 **CLIENTES MAIS SATISFEITOS**

Com mais de 15 milhões de clientes no país, o banco é campeão de reclamações. Nos últimos anos, passou a salvar funcionários que recebem problemas dos clientes e incentivou os mesmos a trabalhar na central telefônica.

RESULTADO
Tornou-se o banco que mais resolve problemas de clientes, com 85% de casos resolvidos em 2012.

por exemplo, o empréstimo é simplesmente negado. "O comitê se tornou um amplo fórum de discussão da estratégia da companhia, em vários níveis", diz Denise Hills, superintendente de sustentabilidade do banco e coordenadora do comitê. O escopo de sustentabilidade – e seu impacto potencial em 40 milhões de clientes em 20 países – foi fundamental para a escolha do Itaú Unibanco como o Empreendedor Sustentável do Ano do GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE 2013.

O movimento do Itaú faz parte de uma transformação pela qual o mercado financeiro passa em todo o mundo. Aqui ou lá fora, a reputação dos bancos nunca foi das melhores. A fama de fazer dinheiro fácil em cima do prejuízo dos clientes só piorou com a recente crise mundial, protagonizada por grandes instituições financeiras. O fato

Em 2012, cerca de 1.200 diretores do Itaú Unibanco atenderam clientes na central telefônica do banco

é que, apesar disso – ou em parte por causa disso – hoje é um dos setores mais avançados nessa discussão. O marco dessa virada aconteceu em outubro de 2002, quando o IFC, braço financeiro do Banco Mundial, organizou um conjunto de regras sociais ambientais para concessão de crédito, conhecidas como Princípios do Equador. A adesão é voluntária. Hoje há 78 signatários no mundo em 25 países. No Brasil, são cinco. O primeiro a aderir foi o Itaú, em agosto de 2004. Os demais são Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Bradesco e Banco Fipe. A lógica por trás é bem pragmática. O risco ambiental social das empresas

Na Figura 19, a estrutura conceitual classificacional apresenta uma taxonomia encoberta (*covert taxonomy*), na qual só é possível saber à qual categoria os elementos

pertencem com a ajuda de um texto verbal ou de inferências observadas mediante as similaridades existentes entre os participantes Subordinados (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 79).

Já na Figura 20, adiante, tem-se uma estrutura parte-todo, na qual o Itaú desempenha o papel de participante Portador de um prédio cultural (imagem à esquerda) e de bicicletas disponibilizadas aos seus clientes (imagem à direita), sendo esses elementos os Atributos Possessivos dessa empresa.

FIGURA 20 – Estrutura conceitual analítica – Itaú

A EMPRESA SUSTENTÁVEL DO ANO itaú unibanco

que buscam crédito impacta diretamente em sua capacidade de pagamento – e, portanto, representa uma ameaça ao lucro das instituições que emprestam os recursos. Mesmo que aceitar empréstimo pareça uma boa ideia no curto prazo, ele pode esconder uma armadilha para o futuro. Um exemplo recente mostra o peso dessa decisão. Em 2012, pelo menos três bancos brasileiros – Itaú, Bradesco e Banco do Brasil – negaram crédito para a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, no rio Xingu, no Pará, diante de uma polêmica ambiental e com tribos indígenas da região. “Perdemos o financiamento e a folha de pagamentos de 20.000 funcionários. Mas não abrimos exceção”, diz Zeza Budge, vice-presidente do Itaú Unibanco.

No caso do Itaú, essa situação se repetiu outras 90 vezes em 2012. E o banco tem se esforçado para ir além. Aumentou a exigência para definir se o financiamento deve ou não passar pelo crivo socioambiental. Em vez de 10 milhões de dólares, como prevê o acordo mundial entre os bancos, resolveu

O banco negou crédito a cerca de 90 companhias, reprovadas em seus critérios socioambientais no ano passado

Prédio do Itaú Cultural, em São Paulo: os investimentos sociais e culturais do banco são coordenados por instituições independentes

Bicicletas do Itaú no Rio de Janeiro hoje. Há 3.000 unidades espalhadas por cinco capitais brasileiras – além de Rio, São Paulo, Recife, Salvador e Porto Alegre

fezer a análise para projetos acima de 5 milhões de reais. “A corrida pela sustentabilidade se tornou uma nova linha de concorrência entre bancos”, diz Gustavo Pimentel, diretor de consultoria para negócios sociais Sitawi. “Isso é ótimo porque a escala e o efeito multiplicador que um grande banco consegue ter são enormes.”

O raio de influência do Itaú começa a se estender para cada vez mais companhias, com critérios mais rígidos para selecionar suas carteiras de investimento. Nos últimos meses, uma equipe de analistas do Itaú Asset Management, braço do banco especializado na gestão de recursos, começou a mapear todas as ações das empresas listadas na bolsa brasileira. O objetivo é montar fundos de ações voltados sobretudo para investidores institucionais. Trata-se também de uma tendência mundial.

Uma pesquisa da Global Sustainable Investment Alliance mostrou que, em 2012, pelo menos 126 bilhões de dólares sob gestão profissional no mundo seguem a filosofia de investimento responsável, o que representa cerca de 22% dos ativos totais.

O impacto do banco também pode ser medido em milhares de pequenos credores. O programa de microcrédito do banco, criado em 2005, é direcionado a empreendedores com dificuldades para obter empréstimos pela falta de comprovação de renda. Desde o início, já foram 50.000 pessoas beneficiadas, com mais de 300 milhões de reais disponíveis ao mês – metade disso é realmente emprestada. O Sul e o Sudeste, com 40 cidades, são as regiões onde o programa está mais desenvolvido. Em regiões como o Capão Redondo, em São Paulo, ou o Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, há funcionários, geralmente moradores do bairro, que identificam potenciais empreendedores. No caso do Nordeste, o banco opera por meio de organizações locais, que repassam os empréstimos aos credores. Seguindo o Itaú, todo o lucro é reinvestido na ampliação do negócio e na tecnologia para escolha dos clientes. Cada funcionário visita até três vezes por mês o beneficiado, que recebe orientações de educação financeira para melhorar o negócio. Tudo isso fez despencar a inadimplência. No primeiro mês, apenas 6,6% dos beneficiados não paga. Há quatro anos, o percentual era de 5,6%. “Ainda é um negócio novo em todo o mercado”, afirma Eduardo Ferreira, superintendente do Itaú Microcrédito. “Mas já ficou claro que todos ganham com ele.” Eis aí um bom resumo do que seja sustentabilidade. ■

50 | **GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE** | Novembro 2012

Novembro 2012 | **GUIA EXAME - SUSTENTABILIDADE** | 51

Após serem apresentadas nesta seção as análises descritivas do modo visual, e na seção anterior a do modo verbal, será apresentada na seção a seguir a discussão desses dados, tendo como norte a noção de crise e risco na modernidade reflexiva, além da teoria da complexidade, sendo esta fundamental para que se possa entender o processo da significação em textos multimodais e como determinados significados sociais sobre sustentabilidade emergem desse processo.

3.3 Discussão dos dados – Um olhar complexo sobre o fenômeno da significação multimodal e a emergência de significados sociais em sustentabilidade

Nesta seção, será promovida uma discussão das possibilidades interpretativas dos significados verbais e visuais dos dados analisados nas seções anteriores. A partir dessa discussão, refletir-se-á também sobre a forma como esses significados foram construídos e sobre quais posições ideológicas foram significativas na representação do discurso sobre sustentabilidade.

Para tanto, recorrer-se-á, em certo momento desta seção, à Teoria da Complexidade, visto a adoção dessa perspectiva possibilitar um entendimento mais profundo sobre a forma como os múltiplos recursos de significação se relacionam entre si e com o mundo social, autoinfluenciando-se e fazendo emergir determinados significados sociais sobre sustentabilidade.

À luz dessa epistemologia, serão identificados os atratores discursivos presentes em todos os textos analisados e o processo de fractalização que leva à construção da recursividade da língua e evoca outros sistemas, tais como o social e o cultural, que são constitutivos da língua.

No que tange às escolhas verbais e visuais, os Quadros 8 e 9, apresentados logo adiante, sintetizam os resultados obtidos na análise das cinco reportagens aqui investigadas.

QUADRO 8 – Síntese dos dados das edições de 2009 a 2011

	Walmart (2009)	Alcoa (2010)	Unilever (2011)
Modo Verbal – Metafunção Ideacional			
Sistema de Transitividade	Ocorrência dos seis tipos de processos. Predomínio dos processos materiais, relacionais e verbais, destacando as ações da empresa (investir, inaugurar, mobilizar, convencer etc.), identificando-a e descrevendo seus atributos.	Ocorrência dos seis tipos de processos. Predomínio dos processos materiais e relacionais, destacando as ações da empresa (instalar, reunir, investir, mobilizar etc.), identificando-a e descrevendo seus atributos.	Nenhum processo comportamental. Predomínio dos processos materiais e relacionais, destacando as ações da empresa (influenciar, produzir, lançar etc.), identificando-a e descrevendo seus atributos.
Modo Visual – Significados Representacionais			
Tipo de Estrutura	Narrativa e Conceitual	Narrativa e Conceitual	Narrativa e Conceitual

QUADRO 9 – Síntese dos dados das edições de 2012 e 2013

	Anglo-American (2012)	Itaú (2013)
Modo Verbal – Metafunção Ideacional		
Sistema de Transitividade	Nenhum processo existencial. Predomínio dos processos materiais e relacionais, destacando as ações da empresa (reunir, promover, investir etc.), identificando-a e descrevendo seus atributos.	Nenhum processo mental. Predomínio dos processos relacionais e materiais, destacando as ações da empresa (mobilizar, premiar, afirmar etc.), identificando-a e descrevendo seus atributos.
Modo Visual – Significados Representacionais		
Tipo de Estrutura	Narrativa e Conceitual	Narrativa e Conceitual

Analisando os dados presentes nos Quadros 8 e 9, pode-se observar que as reportagens apresentam diversas similaridades quanto às suas configurações verbais e visuais. Dentre essas similaridades, destaca-se o predomínio no número de processos materiais, relacionais e verbais, respectivamente, e das estruturas narrativas e conceituais no que concerne aos elementos visuais.

A baixa ocorrência no número de processos mentais, comportamentais e existenciais demonstra que as reportagens analisadas não priorizam em suas escolhas sistêmicas a construção de experiências dentro desses domínios, o que revela que, para a revista e as empresas, ser sustentável está muito mais ligado ao agir, identificar, possuir atributos e dizer.

Dessa forma, em relação às escolhas dos processos materiais especificamente, estes representam uma série de ações realizadas pelas cinco empresas premiadas pela revista *Guia Exame de Sustentabilidade* entre os anos de 2009 e 2013. É dos resultados dessas ações que a revista se vale para justificar a eleição de cada empresa vencedora.

Entretanto, é crucial que se discuta a natureza dessas ações e seus impactos, para que, assim, se possa compreender melhor o que significa “ser sustentável” para essas empresas e para a revista. Nessa direção, durante as análises feitas, observou-se a recorrência de alguns tipos de processos materiais específicos tanto na mesma reportagem quanto em reportagens diferentes. Essa observação é de extrema importância, já que revela um padrão discursivo utilizado para representar as empresas vencedoras e a própria forma de “agir” delas. Dentre esses processos materiais mais recorrentes, destacam-se, por exemplo, os processos *investir*, *influenciar*, *mobilizar* e *reunir*, dentre outros.

No caso do processo material *investir*, a recorrência deste nas reportagens analisadas fortalece a representação de empresa que age sobre o mundo físico mediante o seu poder econômico. É também a partir do capital que algumas das empresas vencedoras investem no desenvolvimento científico de novas tecnologias que possibilitam modelos mais ecoeficientes de negócios e de produtos, como visto nas reportagens sobre o *Walmart* e a *Unilever*, por exemplo.

No entanto, não se pode ignorar que o desenvolvimento científico-tecnológico representa não apenas a solução dos problemas, mas também a causa deles. Para Ulrich Beck (2010, p. 236), na atual modernidade reflexiva, as ciências são “confrontadas com a objetivação de seu próprio passado e presente: consigo mesmas, como produto e produtora da realidade e de problemas que cabe a elas analisar e superar”.

Isso significa que, embora as empresas invistam na criação de soluções ambientais, estas, nos moldes atuais, não resolvem os problemas definitivamente, mas apenas amenizam e

reduzem os impactos ambientais das ações das empresas. Apenas uma mudança de paradigma que implicasse uma nova relação homem-natureza seria capaz de solucionar definitivamente a atual crise.

Esse tipo de representação no qual a empresa age por meio do seu capital também pode ser observado em outras reportagens analisadas, tais como nas do banco Itaú e da mineradora Alcoa. No primeiro caso, o banco Itaú é visto como uma empresa sustentável por premiar financeiramente os funcionários que conseguem solucionar os problemas dos seus clientes. Esses funcionários também recebem incentivos como bolsas de estudos. Já a Alcoa ressarce e compensa financeiramente as pessoas que de alguma forma foram afetadas ou tiveram algum prejuízo por conta das ações da empresa. É como se todas as consequências negativas das ações das empresas pudessem ser quantificadas monetariamente.

Em relação aos processos materiais *influenciar* e *mobilizar*, estes revelam que, para algumas empresas, ser sustentável está relacionado ao papel influenciador exercido sobre clientes e funcionários, a fim de uma conscientização mais comprometida com a crise ambiental. É a empresa agindo sobre o mundo físico por intermédio de terceiros. Isso pode ser observado tanto na reportagem sobre a Unilever, que divulga através da rede social *Facebook* dicas de como ser sustentável, quanto no texto sobre o Itaú, empresa que motiva seus funcionários e clientes a adotarem uma postura sustentável.

Por fim, a recorrência do processo material *reunir* demonstra que, para algumas empresas, ser sustentável também está relacionado com a realização de encontros nos quais são discutidas, junto com a comunidade local, as decisões futuras da empresa e o impacto destas na vida de toda a comunidade. Essa configuração fortalece a representação de empresa que adota uma política sustentável participativa, dividindo com a população as responsabilidades de suas ações. Essa representação de empresa que se reúne com a comunidade local pode ser vista nas reportagens sobre a Alcoa e a *Anglo American*.

Esses casos exemplificam muito bem a lógica da modernidade reflexiva discutida na introdução deste trabalho, na qual a produção social de riquezas é acompanhada sistematicamente pela produção de riscos sociais. Nesse cenário, Beck (2011, p. 24) afirma que o processo de modernização converte-se em tema e problema. Esse autor explica ainda que é do avanço da sociedade de risco que surgem as oposições entre os que são afetados por esses riscos e aqueles que lucram com eles. São os *big business* (BECK, 2010, p. 28), sobre os quais se falou na introdução deste trabalho.

No que concerne aos processos relacionais, estes são fundamentais nas reportagens por identificarem e atribuírem classificações e qualidades às empresas eleitas modelo em

sustentabilidade. É recorrente, ao longo das reportagens, a presença de processos relacionais que procuram destacar planos de ações, iniciativas e equipes dentre outros atributos que procuram demonstrar o comprometimento das empresas com o meio ambiente.

Já os processos verbais são importantes por possibilitarem a inserção de falas de pessoas responsáveis pela questão ambiental da empresa. Dentre elas participantes, destacam-se as falas dos presidentes, diretores e vice-presidentes, dentre outros. Esses tipos de processos também são responsáveis por construir representações de empresas que dialogam com seus clientes e com os demais setores envolvidos em seus negócios.

O uso dos processos mentais, terceiro tipo de processo menos recorrente, constrói representações que revelam estados mentais das empresas ou de um dos seus responsáveis. Dois exemplos desse tipo de construção chamam a atenção nas reportagens sobre a Unilever e a *Anglo American*. No caso da Unilever, essa empresa se vê *surpresa* em relação à aceitação dos clientes pelos novos produtos mais ecoeficientes. Já no caso da *Anglo American*, esta *estuda* adotar em uma de suas fábricas uma fonte de energia mais sustentável já utilizada em outra.

Em relação aos processos comportamentais, estes são os menos recorrentes nas reportagens aqui investigadas. Dentre essas raras ocorrências, pode-se citar, por exemplo, alguns processos comportamentais significativos nas reportagens sobre a Alcoa e o Itaú. No caso da Alcoa, esta *comemora* o primeiro ano de suas instalações na cidade de Juruti, o que reforça essa representação de empreendimento que, mesmo com seus desafios ambientais, é visto pela empresa e pela revista como um sucesso. Já na reportagem sobre o Itaú, tem-se uma empresa que não *abre exceção* de suas exigências para a liberação de financiamentos para empresas que não passam pelo “crivo socioambiental” do banco.

Os processos existenciais, segundo tipo menos recorrente, representam o domínio experiencial do que existe e acontece. Duas ocorrências mais expressivas podem ser observadas nas reportagens sobre o *Walmart* e a Alcoa, por exemplo. No caso do *Walmart*, esse tipo de processo procura valorizar a existência de um pacote de medidas que permite, dentre outros resultados, a economia de luz através do uso de claraboias e vidros, que possibilitam a entrada de luz natural em um dos hipermercados da rede. Já na reportagem sobre a Alcoa, esse tipo de processo procura reforçar que, para a empresa, sempre existiu a certeza da necessidade de um modo diferente de se explorar a região de Juruti que provoque o menor impacto ambiental possível.

No que concerne ao modo visual, este, além de construir uma representação de liderança por trás das ações sustentáveis das empresas, através da imagem do presidente e de

outras pessoas responsáveis pelas decisões ambientais, também reproduz cenários nos quais é possível observar tanto o desenvolvimento de algumas dessas ações quanto os seus resultados. Essas representações demonstram que os elementos visuais desempenham a função de “comprovar” visualmente o que a reportagem diz pelo modo verbal.

Kress e van Leeuwen (2006, p. 123) esclarecem que o que pode ser “dito” ou “feito” a partir do modo verbal ou visual “não depende apenas das características intrínsecas ou universais desses modos de comunicação, mas também de necessidades sociais histórica e culturalmente específicas”.¹⁰

Nesse sentido, os produtores das reportagens analisadas valem-se do atual contexto de risco e crise vivido na modernidade reflexiva para construírem representações de empresas sustentáveis que “conseguiram” conciliar seus negócios com a responsabilidade ambiental. Entretanto, nota-se, por meio dos dados, que essas ações “sustentáveis” representam um modelo de sustentabilidade que não resolve o problema, mas apenas ameniza os impactos gerados pelas empresas. Somente uma mudança para um paradigma sustentável poderia resolver em definitivo esta urgente crise.

Cumpra citar que é na combinação entre os diversos modos semióticos que o texto multimodal forma uma unidade semântica que não pode ser apreendida a partir do estudo de cada modo isoladamente. Esse todo semântico é sempre maior do que a soma das partes.

Paiva (2008) explica, em um de seus trabalhos sobre aquisição de segunda língua e complexidade, que a multimodalidade “carrega muito mais informação do que faz cada modalidade individualmente, pois o significado emerge das interações entre as diferentes modalidades empregadas pelo produtor do texto”.

Essa complexidade e essa dinamicidade residem não apenas na interação entre os diversos modos semióticos, mas também na inter-relação entre diversos sistemas envolvidos no processo de significação, tais como: social, linguístico, semiótico, cultural e econômico, dentre outros. No caso das reportagens sobre as empresas sustentáveis, nota-se, por exemplo, a forte influência do sistema econômico nos significados sociais em sustentabilidade que emergem.

Para que se possa ter uma compreensão mais aprofundada da forma como esses múltiplos recursos de significação se relacionam entre si e com o mundo social, autoinfluenciando-se e fazendo emergir determinados significados sociais, faz-se necessário que se recorra neste momento à Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-

¹⁰ Minha tradução “does not only depend on the intrinsic and universal characteristics of these modes of communication, but also on historically and culturally specific social needs”.

FREEMAN; CAMERON, 2008), visto suas propriedades descreverem o funcionamento de sistemas complexos, assim como os são os sistemas de significação.

Dessa forma, conforme apresentado no segundo capítulo deste trabalho, uma das propriedades dos sistemas complexos é que eles são abertos, ou seja, são sistemas que interagem com o ambiente no qual se encontram e, dessa interação, determinados comportamentos emergem. É dessa constante interação que o sistema encontra o seu equilíbrio, estabiliza, até que um novo elemento se agregue e faça emergir um novo comportamento.

Se se pensar em relação aos recursos de significação, é essa “abertura” do sistema que permite que cada vez mais formas de se produzirem significados sejam incorporadas ao já vasto repertório de possibilidades. O atual cenário multimodal acentuou significativamente a dinâmica desse processo, já que trouxe muitas novas formas de se produzirem significados.

Quanto às reportagens sobre as empresas sustentáveis, pode-se observar que alguns recursos de significação, uma vez utilizados em uma edição, voltam a ser utilizados em outras. Esse tipo de comportamento demonstra um padrão “preferido” pelo sistema ou um “atrator” em termos complexos. Essa questão será retomada em breve, ainda neste capítulo.

Ainda quanto aos sistemas abertos, Larsen-Freeman e Cameron (2008, p. 33) argumentam que a própria língua representa um sistema desse tipo, já que, mesmo sendo constantemente submetida a vários tipos de influências e mudanças, ela ainda assim preserva sua identidade em um “equilíbrio dinâmico”.

Outra propriedade dos sistemas complexos é que estes não são lineares, o que significa que um fenômeno não pode ser atribuído a uma única causa. Como o sistema é formado por diversos elementos agregados, a interação entre as partes concorre para um efeito multiplicativo e para a emergência de padrões que não se explicam pelo mero exame do comportamento dos elementos agregados de forma isolada. O todo é sempre maior do que a soma das partes.

Da mesma forma, os significados sociais sobre sustentabilidade que emergem das reportagens analisadas também são fenômenos que não apresentam uma única causa, mas sim um resultado de uma série de relações não lineares entre diversos elementos envolvidos no sistema. Vale lembrar que a adoção da perspectiva da complexidade reconhece que as interações também ocorrem entre elementos de níveis ou escalas diferentes (LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008, p. 39).

É dessa aparente desordem que o próprio sistema se auto-organiza e encontra o seu estado de equilíbrio. Nesse sentido, tem-se a propriedade da auto-organização, que se refere

ao surgimento, num sistema complexo, de um novo estado num nível de organização mais alto do que o anterior.

A quarta propriedade dos sistemas complexos se refere às condições iniciais, nas quais a menor mudança nos estados iniciais de um sistema pode ocasionar grandes implicações em seu comportamento futuro. Isso se dá pelo fato de que alguns sistemas são muito sensíveis a mudanças do meio ambiente. Essa característica é conhecida como “efeito borboleta”.

Por fim, os sistemas complexos também são dinâmicos, já que estão sempre em constante evolução, alternando períodos de estabilidade e mudança. No caso dos sistemas de significação, a dinamicidade destes se intensificou consideravelmente com a ascensão das novas tecnologias e de uma comunicação mais globalizada. Isso demonstra que se está vivenciando um momento de mudança, e não de estabilidade desses sistemas.

A globalização, aliás, exerce uma forte influencia sobre a dinâmica da comunicação contemporânea, já que possibilita a interação entre diferentes sistemas culturais, o que torna o processo de significação ainda mais complexo. Nesse cenário, Cope e Kalantzis (2004, p. 202) ressaltam a importância do conceito de *design* multimodal, visto que neste

[...] o foco recai, não na estabilidade e na regularidade, mas na mudança e na transformação. Os indivíduos têm à sua disposição um conjunto complexo de recursos representacionais, nunca de uma cultura apenas, mas das muitas culturas que constituem sua experiência vivida, das muitas camadas de sua identidade e das múltiplas dimensões de seu ser. A abrangência, a complexidade e a riqueza dos recursos para a produção de significado disponíveis são tais que a representação nunca é apenas uma questão de reprodução. É, na verdade, uma questão de transformação e de reconstrução do significado de tal maneira que sempre agregue alguma coisa ao conjunto de recursos representacionais disponíveis.¹¹

Além de demonstrar algumas das propriedades dos sistemas complexos operando na significação multimodal, essa citação de Cope e Kalantzis também chama a atenção para o fato de que uma representação nunca é apenas uma reprodução, mas um processo de mudança pelo qual o significado passa constantemente.

Essas transformações do significado só são possíveis pelas diversas interações entre a linguagem e os contextos socioculturais nos quais esses significados são produzidos. Larsen-Freeman e Cameron (2008, p. 34) esclarecem que os sistemas complexos não simplesmente se

¹¹ Minha tradução “the focus is on change and transformation. Individuals have at their disposal a complex range of representational resources, never simply of one culture but of the many cultures in their lived experience; the many layers of their identity and the many dimensions of their being. The breadth, complexity and richness of the available meaning-making resources is such that representation, is never simply a matter of reproduction. Rather, it is a matter of transformation; of reconstructing meaning in a way which always adds something to the range of available representational resources”.

adaptam aos seus contextos, mas também iniciam a mudança nestes. Além disso, esse tipo de sistema não é apenas dependente do contexto, mas também influencia este. Isso significa que “toda mudança em um sistema é influenciada pelo contexto”.¹²

Dessa forma, com base nos três princípios da complexidade propostos por Morin (2011), e já apresentados no primeiro capítulo, pode-se entender que os significados sociais que emergem nas reportagens analisadas são dialógicos, já que a língua e os contextos socioculturais não são vistos como opostos, mas como constitutivos um do outro.

Esses significados também são recursivos, pois são criados a partir de práticas socioculturais também criadas pela linguagem. Em outras palavras, isso significa que a sociedade é formada pelas interações entre os indivíduos, que, uma vez produzidas, “retroage[m] sobre os indivíduos e os produz”. Esse princípio representa uma ruptura com a ideia linear de causa e efeito do pensamento cartesiano.

Por fim, os significados também são hologramáticos, uma vez que eles estão entrelaçados em uma densa tessitura textual, na qual o todo contém as partes e as partes contêm o todo. Nesse sentido, a Figura 2 (fractal), apresentada no final do primeiro capítulo deste trabalho, exemplifica visualmente como os atratores (padrões) contribuem para o processo de fractalização que leva à construção da recursividade da língua.

¹² Minha tradução de “Every change in a system is influenced by context” (LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008, p. 34).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“O mundo aparece assim como um complicado tecido de eventos, no qual conexões de diferentes tipos se alternam, se sobrepõem ou se combinam e, por meio disso, determinam a textura do todo”.

Werner Heisenberg

Este trabalho teve como objetivo promover uma reflexão acerca do discurso sobre sustentabilidade a partir da análise multimodal de cinco reportagens retiradas de cinco edições da revista *Guia Exame de Sustentabilidade*. Para isso, este estudo foi norteado pelas seguintes perguntas: (1) De que forma as escolhas verbais e não verbais realizadas pelo produtor das reportagens que compõem o *corpus* desta pesquisa contribuem ou não com o discurso da sustentabilidade e práticas realmente comprometidas com o desenvolvimento sustentável? (2) Até que ponto essas empresas se apropriam desse discurso e o utilizam apenas como estratégia discursiva para o seu próprio *marketing*?

No que concerne à primeira questão, observou-se que as escolhas verbais e visuais realizadas pelos produtores das reportagens **contribuem com o discurso da sustentabilidade**, uma vez que constroem discursivamente representações de empresas que conseguem reduzir o impacto ambiental de suas ações sem prejudicar os seus negócios. Isso fica evidente mediante os processos materiais, relacionais e verbais utilizados para representar as ações das empresas e também os elementos visuais que produzem significados representacionais.

Entretanto, nota-se que o espaço discursivo dado à representação das empresas nas reportagens é preenchido por um discurso muito mais preocupado com questões mercadológicas do que com a conscientização de seus leitores sobre a importância da questão da sustentabilidade, o que demonstra que o uso desse discurso **também representa uma estratégia discursiva** utilizada pela revista para promover a imagem das empresas eleitas “sustentáveis do ano” por ela.

Embora essas afirmações grifadas nos dois últimos parágrafos pareçam antagônicas, a adoção neste trabalho da perspectiva da complexidade permite que visões geralmente consideradas contraditórias sejam vistas como complementares umas das outras, e não opostas. É o processo lógico da conjunção, e não de distinção, como ocorre no paradigma tradicional de ciência (MORIN, 2011). Assim, pode-se entender que as empresas estão realmente comprometidas com o discurso ambiental, embora as motivações estejam atreladas

aos mercados e ao próprio *marketing* da empresa. Isso responde à nossa segunda pergunta de pesquisa.

É importante pontuar que o modelo de sustentabilidade defendido nos exemplares das revistas analisadas e adotado pelas empresas está longe de representar um modelo sustentável ideal. Para isso, é necessário um sistema econômico que enfatize a cooperação, a conservação e a parceria, e não a competição, a expansão e a dominação, como ocorre no modelo econômico capitalista vigente (CAPRA, 1986)

Cumprido ressaltar também que, ao longo deste trabalho, a perspectiva da Complexidade (MORIN, 2011; VASCONCELLOS, 2002) foi de extrema importância, já que possibilitou maior entendimento sobre as causas que fizeram o fenômeno da sustentabilidade emergir na atual modernidade reflexiva.

Nesse sentido, esse fenômeno tão discutido atualmente é fruto de uma crise profunda na percepção de mundo. Essa crise, por sua vez, é resultado do “sucesso” do paradigma científico cartesiano, que, com seus pressupostos de mundo simples, objetivo e estável, alterou significativamente a forma como se dá a relação do homem com a natureza, separando esse desta.

O paradigma da complexidade também ajudou a entender toda a instabilidade envolvida no cenário comunicativo contemporâneo, no qual as possibilidades de se produzirem significados são imensas, dado o vasto repertório de possibilidades de significação disponíveis. Nesse sentido, procurou-se, por meio deste trabalho, depositar outro olhar sobre o fenômeno da significação multimodal, trazendo a complexidade para o centro desta abordagem.

Ainda quanto à multimodalidade, o conceito de *affordances* é de extrema importância, já que reconhece que cada modo semiótico possui diferentes *affordances*, ou seja, diferentes potenciais de se produzirem significados, e que é durante o processo de *design* dos textos multimodais que o produtor vale-se de todos esses recursos para produzir seus significados.

Além disso, entende-se que cada modo semiótico obedece a lógicas diferentes, sendo o modo verbal governado pela lógica do tempo e da sequência, e o visual pela lógica do espaço e da simultaneidade (KRESS, 2003). Quanto às reportagens analisadas, percebe-se que estas valem-se dessas diferentes lógicas dos modos verbais e visuais para produzirem seus significados e construir representações das empresas vencedoras.

Este trabalho também procurou refletir sobre os valores ideológicos associados ao conceito de sustentabilidade construído discursivamente nos textos analisados. Nesse sentido, nota-se nas reportagens uma forte ideologia capitalista nas representações das empresas. Isso

pode ser observado pela escolha dos processos materiais que demonstram as empresas agindo mediante o seu poder econômico. Cumpre pontuar que esse tipo de representação é muito forte em todas as reportagens analisadas.

Além disso, procurou-se compreender nesta pesquisa, por meio da Teoria da Complexidade (HOLLAND, 1995; LARSEN-FREEMAN; CAMERON, 2008), a forma como os múltiplos recursos de significação se relacionam entre si e com o mundo social, autoinfluenciando-se e fazendo emergir determinados significados sociais. Essa perspectiva foi de extrema valia em nossas análises por reconhecer a dinamicidade, a emergência e a inter-relação entre as partes e o todo, permitindo, assim, outro olhar sobre os fenômenos da linguagem. É da interação entre diversos sistemas, tais como o social, o econômico e o linguísticos, dentre outros, que os significados sociais sobre sustentabilidade emergem nos textos.

Nesta pesquisa, também, foi possível identificar, em termos complexos, os atratores (padrões) discursivos presentes nas reportagens analisadas e o processo de fractalização que leva à construção da recursividade da língua e evoca outros sistemas, tais como o social e o cultural, que são constitutivos da língua. Dessa forma, não há linguagem sem sociedade e não há sociedade sem linguagem.

Assim, este estudo, como um todo, demonstrou que a adoção da perspectiva da complexidade pode vir a contribuir com pesquisas no campo da multimodalidade e também com investigações que se proponham a estudar sistemas complexos, tais como os são os sistemas de significação. Outro ponto crucial que este estudo possibilitou foi o fato de que o fenômeno da sustentabilidade é fruto da própria evolução científica e tecnológica, e apenas mudanças no paradigma e econômico podem resolver a atual e urgente crise ambiental.

REFERÊNCIAS

Referências teóricas

BECK, U. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernização reflexiva (Política, tradição e estética na ordem social moderna)*. São Paulo: Ed. da UNESP, 1997.

BECK, U. *Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade*. Tradução Sebastião Nascimento. São Paulo: Editora 34, 2011.

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernização reflexiva (Política, tradição e estética na ordem social moderna)*. São Paulo: Ed. da UNESP, 1997.

BRENT, G. R. *Escolhas Sistêmicas de Transitividade e de léxico na representação de escândalos políticos – A construção de realidades de crise e de corrupção*. 2011. 187 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

CAPRA, F. *O ponto de mutação: a ciência, a sociedade e a cultura emergente*. São Paulo: Cultrix, 1986.

CAPRA, F. *O Tao da Física*. Lisboa: Presença, 1989.

CAPRA, F. *A Teia da Vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos*. Tradução Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: Cultrix, 1996.

CAPRA, F. *As Conexões Ocultas: ciências para uma vida sustentável*. São Paulo: Cultrix, 2002.

CASTILHO, A. T. Um Ponto de Vista Funcional sobre a Predicação. *Alfa*, São Paulo: ILCSE/UNESP, v. 38, p. 75-96, 1994.

EGGINS, S. *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. London: British Library, 2004

GIDDENS, A. *Modernidade e Identidade*. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2002.

GIDDENS, A. *Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós*. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. M. I. M. *An Introduction to Functional Grammar*. 3rd ed. Hodder Arnold, 2004.

HOLLAND, J. H. *Ordem oculta – como a adaptação origina a complexidade*. Tradução José Luís Malaquias. Lisboa: Wesley Publishing Inc., 1995.

KALANTZIS, M.; COPE, B. *Literacies*. New York: Cambridge, 2012

KENEDY, E; MARTELOTTA, M. E. T. A visão funcionalista da linguagem no século XX. In: CUNHA, M. A. F. da; OLIVEIRA, M. R. de; MARTELOTTA, M. E. T. (Org.). *Linguística Funcional: teoria e prática*. Rio de Janeiro: DP&A / Faperj, 2003. p. 17-28.

KRESS, G. *Literacy in the new media age*. London: Routledge, 2003

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of the design visual*. London: Routledge, 2006.

KUHN, S. T. *A estrutura das revoluções científicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

LARSEN-FREEMAN, D.; CAMERON, L. *Complex systems and applied linguistics*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

LARSEN-FREEMAN, D.; CAMERON, L. *Complex systems and applied linguistics*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

MATURANA, H. R.; VARELA, F. J. *A Árvore do Conhecimento: as bases biológicas da compreensão humana*. Campinas: Psy, 2001.

MORIN, E. *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. UNESCO/Cortez, 2000.

MORIN, E. *Introdução ao pensamento complexo*. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

NEVES, M. H. M. *Uma visão geral da gramática funcional*. Alfa, São Paulo: ILCSE/UNESP, v. 38, p. 109-127, 1994.

PAIVA, V. L. M. O. Aquisição e complexidade em narrativas multimídia de aprendizagem. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, v. 8, p. 321-339, 2008.

PIMENTA, S. M. A. *O signo da receptividade*. Uma visão sócio-construcionista da interação. Belo Horizonte: FALE: UFMG, 2006.

RESENDE, L. A. S. Identidade e aprendizagem de inglês sob a ótica do caos e dos sistemas complexos. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras da UFMG, Belo Horizonte, 2009.

TAVEIRA, V. R. Gramática Sistêmico-Funcional: a metafunção ideacional. In: LIMA, C. H. P.; PIMENTA, S. M. O.; AZEVEDO, A. M. T. (Org.). *Incursões Semióticas: Teoria e prática de gramática sistêmico-funcional, multimodalidade, semiótica social e análise crítica do discurso*. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2009. p. 74-86.

THOMPSON, G. *Introducing Functional Grammar*. Oxford: Oxford University Press, 2nd edition 2003.

VASCONCELOS, M. J. E. *Pensamento Sistêmico*. O Novo Paradigma da Ciência. Campinas: Papirus, 2002.

VAN LEEUWEN, T. *Introducing Social Semiotics*. 2. ed. London: Routledge, 2005.

VAN LEEUWEN, T. *Multimodality* in James Simpson (ed), *The Routledge Handbook of Applied Linguistics*, Routledge, London, pp. 668-683.

Referências do corpus

REVISTA GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. São Paulo, nov. 2009, 136 p.

REVISTA GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. São Paulo, nov. 2010, 172 p.

REVISTA GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. São Paulo, nov. 2011, 180 p.

REVISTA GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. São Paulo, nov. 2012, 153 p.

REVISTA GUIA EXAME DE SUSTENTABILIDADE. São Paulo, nov. 2012, 172 p.