




As Relações de Trabalho e as Narrativas Organizacionais dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

Labor Relations and Organizational Narratives of
Sustainable Development Goals

***Caroline Delevati Colpo¹**

Universidade Federal da Paraíba – João Pessoa/PB


carolinecolpo@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-4803-6374>

***Maria Livia Pacheco de Oliveira²**

Universidade Federal da Paraíba – João Pessoa/PB

maria.livia@academico.ufpb.br

 <https://orcid.org/0000-0003-2945-7656>

RESUMO: Esse trabalho tem o objetivo de identificar possíveis formas de precarização e flexibilização nas relações de trabalho, através de narrativas organizacionais que utilizam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Considerando as relações de trabalho em uma lógica neoliberal, analisou-se o Relatório Anual da Americanas S.A. (2021), que se utilizam do ODS número 8: “Trabalho decente e crescimento econômico”. Essa pesquisa, exploratória e qualitativa, aponta que as narrativas organizacionais investem na utilização de discursos socialmente engajados com o propósito de reproduzirem a lógica de precarização e flexibilização do trabalho.

Palavras-chave: Comunicação Organizacional. Narrativas. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Relações de Trabalho.

ABSTRACT: This work aims to identify possible forms of precariousness and flexibility in work relationships, through organizational narratives that use the Sustainable Development Goals (SDGs). Considering labor relations in a neoliberal logic, the Annual Report of Americanas S.A. (2021) was analyzed, which uses SDG number 8: “Decent work and economic growth”. This exploratory and qualitative research points out that organizational narratives invest in the use of socially engaged discourses with the purpose of reproducing the logic of precariousness and flexibility of work.

Keywords: Organizational Communication. Narratives. Work Relationships. Sustainable Development Goals (SDGs).

Recebido em: 23/10/2024

Aprovado em: 20/11/2024

¹Universidade Federal da Paraíba, Doutora em Comunicação Social, carolinecolpo@gmail.com

² Universidade Federal da Paraíba, Doutora em Ciência da Informação, maria.livia@academico.ufpb.br



INTRODUÇÃO

As organizações estão constantemente em busca de validação social, seja para conquistar mercados consumidores com seus bens e serviços, no caso específico das organizações privadas, ou ainda com o interesse de conquistar ou manter-se em evidência em seu nicho de atuação. Esta busca por legitimidade é crescente em virtude do volume de organizações que disputam espaço na tessitura social, espaço este que é formado por sujeitos com mais acesso à informação, que estão em um processo latente de tomada de consciência cidadã.

Este amplo acesso à informação, com seu potencial de desenvolvimento do saber e do conhecimento, pode estar transformado algumas exigências da sociedade em relação às organizações: para além da oferta de bens e serviços, espera-se um compromisso efetivo com a melhoria das condições de vida em todo o mundo. O desenvolvimento social e econômico não cabe exclusivamente aos Governos, muito embora, o papel destes na formulação e aplicação de políticas públicas seja o maior catalisador para a redução das desigualdades sociais. Dito isto, iniciativas que visam a melhoria significativa da qualidade de vida das pessoas possuem relevância no contexto social, tendo como destaque entre elas a Organização das Nações Unidas (ONU).

A ONU, em sua história de promoção de condições decentes para a vida humana, tem desempenhado ao longo dos anos um papel congregador que tem por objetivo promover a cooperação mundial (Assembleia Geral da ONU, 1948). Há um forte apelo para que Governos, organizações internacionais, setores empresariais e outros atores sociais estejam comprometidos com mudanças nos padrões de produção e consumo, de maneira a contribuir com formas de desenvolvimento sustentável. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são diretrizes gerais, as quais os envolvidos se comprometem a desenvolver, deixando a cargo de cada um as escolhas de implantação de políticas e ações para concretização deles.

O objetivo deste trabalho é analisar narrativas organizacionais da Americanas S.A., que versam sobre relações de trabalho, tendo como base o ODS número 8,



“trabalho decente e desenvolvimento econômico”. Compreendendo as narrativas como um movimento de comunicação das organizações, faz-se importante analisar essas narrativas para entender como as organizações buscam atingir seus objetivos por meio de uma legitimação que garanta a sua sobrevivência, mas que, muitas vezes, não reconhecem, neste processo de comunicação, a capacidade de consciência dos sujeitos organizacionais, em um contexto de grande circulação da informação. Para esta análise, contextualizam-se as relações de trabalho, a flexibilização dessas relações e a precarização do trabalho imposta pela lógica neoliberal, assumida como condição de lucratividade de organizações privadas, em contraposição ao que se defende como trabalho decente. Essa pesquisa exploratória qualitativa realiza uma busca bibliográfica sobre os temas propostos e utiliza da análise documental, na apropriação de alguns documentos sobre a organização estudada, disponíveis de forma online, além da Agenda 2030 da ONU e seus Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, especialmente sobre o objetivo 8.

1. NARRATIVAS LEGITIMADORAS NA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

As interações culturais e/ou simbólicas entre organizações e sujeitos acontecem por diversos tipos de processos comunicacionais. Para tal, entende-se que a comunicação organizacional abrange todas as formas de comunicação utilizadas e desenvolvidas pela organização para tentar se relacionar e interagir com seus sujeitos (Scroferneker, 2006), por meio de processos relacionais que permitem constantes mutações no contexto organizacional. Pensar a comunicação apenas como estratégia de gestão de determinada organização, no contexto contemporâneo, é um desafio que precisa ser ultrapassado, superando a racionalidade instrumentalizada. É necessário que se busque alternativas criativas, inovadoras e dinâmicas de colocar o ser humano em pauta nos contextos organizacionais, valorizando a capacidade criadora dos indivíduos, sem desprezar a subjetividade e considerando a presença de uma consciência cidadã.

As estratégias instrumentais de comunicação existentes em uma organização tentam, de certa maneira, produzir elementos simbólicos para constituir uma cultura ideal de identificação com seus sujeitos, criando uma imagem para ser “sancionada positivamente” (Baldissera, 2009). Estas possibilidades de comunicação



organizacional são regidas pelas lógicas de mercado, sendo simplificadas apenas na aplicação de instrumentos, buscando, muitas vezes, resultados imediatos por meio de narrativas prontas. Parte-se de uma visão reducionista da comunicação, e atribui-se às narrativas organizacionais a responsabilidade de constituição de todo o poder simbólico criado, levando em consideração que o sujeito é pouco ativo, muitas vezes, sem reconhecer neste processo, a presença da capacidade de consciência dos sujeitos organizacionais.

Na busca contínua pela presença no imaginário coletivo, as organizações desejam gerar impacto quanto à forma que se relacionam com as pessoas, procurando despertar atenção a partir da construção de narrativas com temas que estejam em consonância com o debate coletivo, mas que não necessariamente estão alinhadas com a organização. No entanto, tal estratégia pode ser facilmente identificada pelos sujeitos organizacionais, mesmo que muitas organizações venham trabalhando com um contínuo refinamento dessas narrativas. Faz-se necessário compreender que é o sujeito, que (re)constrói a imagem organizacional por processos comunicacionais, sendo capaz de recriar o significado dessas organizações na medida em que as relaciona com o seu simbolismo, com o seu imaginário, com a sua cultura e, principalmente, com as suas narrativas.

A narratologia é uma disciplina que nasce nos estudos literários, preocupada em realizar, em linhas gerais, uma análise estrutural das narrativas, tendo sido impulsionada pela vertente do estruturalismo e do formalismo Russo nas primeiras décadas do século XX (Santos e D'almeida, 2017).

O centro de interesse da narratologia é o estudo das narrativas enquanto objetos linguísticos (Reuter, 2007), buscando encontrar o que os textos narrativos têm em comum, as características essenciais e a estrutura que os definem como narrativas. A narratologia se concentra na análise da função interna das narrativas, sua forma e seus princípios de composição, sendo considerada, assim, como uma teoria da narrativa de inspiração estruturalista [...]. (Santos e D'almeida, 2017, p. 292).

Os estudos narrativos no campo da comunicação organizacional partem do entendimento da narrativa enquanto uma importante manifestação da expressão humana. Santos e D'Almeida (2017) discorrem sobre as potencialidades da abordagem narrativa nos estudos organizacionais e da comunicação, destacando que



a narrativa pode ser estudada “seja pela análise da produção e circulação de relatos organizacionais, ou ainda pela adoção da abordagem narrativa enquanto metodologia por meio da qual os fenômenos organizacionais são examinados” (Santos e D’Almeida, 2017, p. 292). É possível identificar cinco perspectivas dos estudos das narrativas nas organizações:

- 1) funcionalista, baseada na instrumentalização da narrativa como apoio ao sistema de gestão; 2) interpretativa, onde a narração é utilizada para partilhar representações, significações e mesmo refletir a cultura organizacional; 3) processual, que observa o processo de construção da realidade apoiado no uso de narrativas; 4) crítica, pela qual as narrativas são utilizadas para gerar a submissão, constituindo, igualmente, canais de denúncia e de resistência; 5) pós-moderna, que analisa as narrativas dominantes e a construção das organizações a partir dos discursos hegemônicos. (Giroux e Marroquin, 2005, *apud* Santos e D’Almeida, 2017, p. 295)

De acordo com as perspectivas descritas, o uso das narrativas nas organizações possui objetivos distintos que variam de acordo com suas aplicações. Segundo Santos (2014), com o estudo das narrativas deseja-se observar como as organizações constroem e comunicam com fins específicos de gerar mobilização em seus públicos. Tais narrativas implicam um chamado para ação: se feita para o público interno, representa uma tentativa de gerar maior coesão no grupo, adequando-os aos princípios organizacionais e para a produtividade; se voltada para o público externo, pode ser desde ligada ao marketing e sua forma de incentivo ao consumo até a geração de bons relacionamentos com Governo, mídia e movimentos sociais, e com a construção e manutenção de boa imagem e reputação.

Diante desta introdução sobre os estudos narrativos nas organizações, faz-se necessário pontuar o contexto social contemporâneo em alguns pontos importantes para essa discussão. Primeiramente, em virtude do volume informacional e das inúmeras possibilidades de comunicação, as narrativas organizacionais enfrentam o desafio de serem atrativas e conectadas com o debate público. Isto porque há uma saturação dos públicos a respeito de algumas narrativas que foram amplamente utilizadas no início do século XXI, a saber, aquelas em torno da “responsabilidade ambiental”, do “marketing verde” e similares. Se por um lado nota-se um amadurecimento do debate social em torno de múltiplos assuntos, principalmente



sobre minorias sociais (raça, gênero, etnia, religião, entre outros), que possui um impacto diretamente proporcional às organizações, principalmente as do setor privado, por outro lado, identifica-se que muitas dessas narrativas nem sempre são reais e pensadas nos sujeitos envolvidos, mas sobretudo, tornam-se apenas narrativas instrumentalizadas com vias a geração de influência.

Mais informadas e mais propícias a compartilharem informações, as pessoas tornam-se mais ativas no debate público, principalmente em virtude dos espaços de interação mantidos pelas redes sociais digitais. Assim, as narrativas organizacionais atuais buscam fortalecer discursos socialmente aceitos.

Essas novas narrativas precisam ser capazes de superar as racionalidades dos tempos atuais. Serem novas não apenas nos formatos e na sua propagação, seguindo as novas possibilidades de interação e comunicação pelas novas tecnologias, mas novas também em seu conteúdo, focadas na emoção, para, de fato, serem narrativas afetivas e efetivas. (Ribeiro, 2013, p.6).

As narrativas produzidas pelas organizações compreendem “[...] um conjunto de narrações que propõem um sentido, uma significação e uma finalidade, na qual a empresa é contada ao contar o mundo” (D’Almeida, 2006, p. 147, *apud* Santos e D’Almeida, 2017, p. 297). Para tal, conforme a proposição de D’Almeida (2001, *apud* Santos e D’Almeida, 2017, p. 297), as narrativas organizacionais serão classificadas nesse texto dois tipos: narrativas da casa, baseadas nos valores e identidades organizacionais como forma de coligar o público interno; e as narrativas de engajamento, relatos que visam legitimar as ações organizacionais recorrendo a valores universais (Santos, 2014). As narrativas organizacionais aqui analisadas têm o enfoque nas relações de trabalho no contexto das organizações e como essas se utilizam dessas narrativas sob variados objetivos: para se autolegitimar como vozes alternativas; para proclamar seu poder e autoridade; e para criar e manter seu status como organização, sobretudo, aceita pelos indivíduos.

2. TRABALHO, PRECARIZAÇÃO E O SONHO DO TRABALHO DECENTE



As noções de trabalho, emprego, relações laborais, direitos do trabalho e as realidades sociais, políticas, econômicas e culturais que lhes subjazem, atravessam períodos de profundas transformações. A utilização da mão-de-obra nem sempre foi vista como um problema. Nas primeiras décadas do pós-guerra, os países capitalistas centrais estavam em pleno auge do keynesianismo e do Estado de Bem-estar, ou ainda na fase do pleno emprego. Nesse período, as políticas macroeconômicas tomavam para si o problema da ocupação, fazendo surgir assim a chamada sociedade salarial, em que o trabalho era em tempo integral, estável, bem remunerado e com proteções legais, que constituía o dispositivo-chave da distribuição de renda e a sustentação para a dimensão social da cidadania (Nun, 2000). A economia se apresentou, neste período, com lógica própria, capaz de resolver por si mesma o problema do mundo do trabalho como forma de coesão social, do acesso à cidadania e da inclusão social dos trabalhadores na sociedade de consumo.

Méda (*apud* Nun, 2000) diz que o trabalho passou a ser considerado como a mais alta manifestação da liberdade individual, além de uma mercadoria. Como tal, se converteu no fundamento ético e não apenas econômico do capitalismo, além de um meio de subsistência, passou a ser uma obrigação moral. No que toca à identidade dos trabalhadores e em grande medida em termos de funcionamento do mundo do trabalho, as sociedades modernas se constituíram, eminentemente, baseadas no trabalho, como assumido por muitas das principais teorias sociológicas, seja a de Marx, com a industrialização, a formação de classes modernas (burguesia e proletariado) e o desenvolvimento de suas lutas ou a de Durkheim, com o desenvolvimento da divisão do trabalho social e o desabrochar da solidariedade orgânica (Domingues, 1999).

Entretanto, o termo *sociedade salarial* não é apenas abordado como uma sociedade em que a maioria dos trabalhadores é assalariada. Mas sim, uma sociedade homogênea, com pleno emprego, em que o trabalho assalariado confere status, dignidade e proteção e que aparece, assim, um novo tipo de segurança (Giddens, 1998, p. 395). Porém, no pensamento de Marx (2004), o trabalhador se torna tanto mais pobre (alienado) quanto mais riqueza produz. “O trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria.” (Marx, 2004, p. 80). Nessa perspectiva, o trabalhador oferece a sua força de trabalho em troca de remuneração



para a sobrevivência, e quanto mais trabalho oferta, menores são as condições de reflexão sobre a própria empregabilidade. Essa lógica fomenta cada vez mais contextos organizacionais privados, que se estruturam nos pilares neoliberais do trabalho flexibilizado, com uma hipertrofia do mercado em detrimento ao princípio do Estado regulador que negligencia questões de segurança, dignidade e autoestima do trabalhador.

O Estado vai negligenciando, cada vez mais, a proteção ao trabalhador e às suas formas de empregabilidade, logo, a crise do trabalho se torna uma crise social. Como exemplo, no Brasil houve, em 2017, uma maior flexibilização das relações de trabalho com a aprovação da terceirização total na PLC30/2015 e depois com a chamada Reforma Trabalhista com a PLC 38/2017 (Antunes, 2018). Com isso, a informalidade passa a fazer parte das condições de sobrevivência daqueles que não se inserem mais dentro da parcela da população que ainda possui alguns direitos em trabalhos formais. Os níveis de exclusão social e marginalização aumentaram em decorrência deste fenômeno, pois uma vez fora do mercado de trabalho, o trabalhador dificilmente conseguirá reingressar.

Dessa forma, ecoa a importância da reflexão sociológica do futuro do trabalho, no qual muitas pessoas estão excluídas do trabalho ou colocadas em postos de trabalho precários, com capacidade de coesão social questionável e sem respaldo do Estado. A coesão social no trabalho se consolida no pensamento de Durkheim (1984), na qual a ideia de que o trabalho é uma atividade social e constitui-se no fundamento da solidariedade social no mundo moderno. Essa solidariedade se alicerça na função ou contribuição útil que cada indivíduo ou grupo pode dar à coletividade. Entretanto, a informalidade e flexibilização atuam fortemente na condição de pôr fim à coletividade para a criação de um cenário econômico neoliberal.

Os novos trabalhos, em especial por grandes organizações sob a lógica neoliberal, são empregos de baixa remuneração ou são empregos indiretos de elevada precariedade (Hespanha, 2002). Esta política de abertura e flexibilização da força de trabalho afeta de forma direta as condições de contratação, os direitos de organização e de representação dos trabalhadores e o declínio da ação sindical.

Se a informalidade (que ocorre quando o contrato empregatício não obedece a legislação social protetora do trabalho) não é sinônimo direto de precariedade, sua vigência expressa formas de trabalho desprovidas de



direitos e, por isso, encontra clara similitude com a precarização (Antunes, 2018, p. 119)

Isso tudo fomenta a lógica neoliberal das grandes organizações que usam da flexibilização do trabalho como um importante instrumento para burlar a legislação social do trabalho, que ainda resiste em assegurar alguns poucos direitos aos trabalhadores (Antunes, 2018).

Organizações mundiais têm observado o desenvolvimento das sociedades em especial no que se refere às relações de trabalho e formas de precarização pelo modelo neoliberal. A ONU, com o intuito de tentar contribuir com a melhora da qualidade de vida das pessoas, a cada nova edição da sua Agenda, parte da prerrogativa que o avanço social depende de um conjunto de esforços, em áreas diversas, para que as formas de opressão, exclusão, desigualdade e pobreza possam ser combatidas. O texto introdutório da Agenda é imperativo ao afirmar que todos os países e todas as partes interessadas devem trabalhar coletivamente para “libertar a raça humana da tirania da pobreza e da penúria e a curar e proteger o nosso planeta” (ONU BR, 2015, n.p). Os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e as 169 metas propostas foram elaboradas em torno das dimensões econômica, social e ambiental. Dessa forma, apesar de muito amplos, são considerados como elementos de primeira importância: as pessoas, o planeta, a prosperidade, a paz e a parceria.

Destaca-se para esta discussão o objetivo 8, que trata de *Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos*, e que traz uma reflexão sobre o papel do trabalho para o desenvolvimento social:

O Trabalho Decente é uma condição fundamental para a superação da pobreza, a redução das desigualdades sociais, a garantia da governabilidade democrática e o desenvolvimento sustentável. Em inúmeras publicações, o Trabalho Decente é definido como o trabalho produtivo adequadamente remunerado, exercido em condições de liberdade, equidade e segurança, capaz de garantir uma vida digna. (ONU BR, 2015, n.p)

Como já afirmado nesse texto, o trabalho, para além de sua função de prover o sustento e atender as necessidades básicas da vida humana, deve possuir um papel fundamental em sua dimensão social, pois, na medida que o trabalho é desenvolvido



em grupos, ele reflete a realidade social e impulsiona o desenvolvimento da sociedade. Em contrapartida, trabalhos precarizados, oriundos da flexibilização das relações de trabalho, fomentadas por organizações privadas que atuam na esteira neoliberal, reforçam as estruturas das desigualdades econômicas e geram um ambiente instável em virtude da escassez dos elementos essenciais para a manutenção da dignidade humana.

Cabe aos países-membros a responsabilidade de refletir e apresentar políticas e planos que contemplem os objetivos definidos pela Agenda da ONU. Para além dos Governos, a sociedade civil e a iniciativa privada são requeridas enfaticamente nos pressupostos da Agenda. Assim, se reconhece a importância da iniciativa privada para a geração de empregos e para a sustentação econômica da sociedade, e de modo recíproco, a necessidade de reconhecimento social para existir – seja no âmbito legal ou sob o ponto de vista da aceitação de sua existência pela sociedade. Por essas necessidades mútuas, é de interesse que as organizações queiram aderir às premissas de entidades renomadas como estratégia de reconhecimento social. Dentre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável criados pela ONU, o objetivo número 8 - *trabalho decente e desenvolvimento econômico* é o segundo mais utilizado pelas organizações privadas.

Figura 1: O Uso dos ODS por empresas



Os ODS mais e menos priorizados pelas empresas

Mais priorizados (por mais de 50% das empresas)	Moderadamente priorizados (30% - 50% das empresas)	Menos priorizados (por menos de 30% das empresas)
 Ação contra a mudança global do clima 64%	 Energia limpa e acessível 48%	 Erradicação da pobreza 28%
 Trabalho decente e crescimento econômico 59%	 Indústria, inovação e infraestrutura 48%	 Vida terrestre 26%
 Saúde e Bem-estar 55%	 Cidades e comunidades sustentáveis 46%	 Fome Zero 21%
 Consumo e produção responsável 54%	 Redução das Desigualdades 39%	 Vida na água 18%
 Igualdade de Gênero 52%	 Água potável e saneamento 34%	
 Educação de Qualidade 51%	 Parcerias e meios de implementação 34%	
	 Paz, justiça e instituições eficazes 32%	

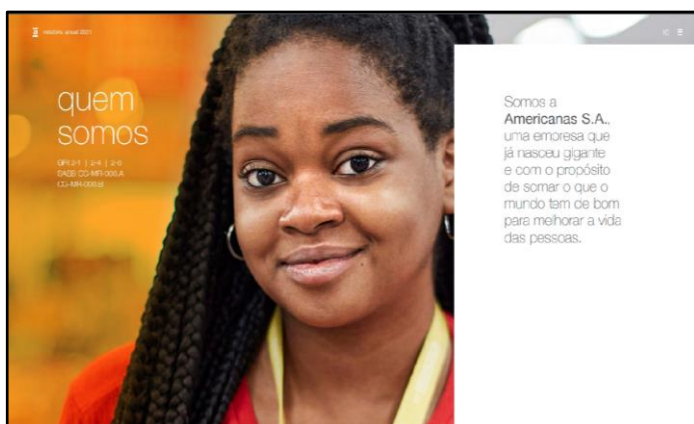
Fonte - Itaú Asset Management. Disponível em: < l1nq.com/DRPWi >. Acesso em: 10 fev. 2023.

3. AMERICANAS S.A.

Segundo dados do Relatório Anual da Americanas S.A. (2021), a empresa Americanas S.A. é uma *holding* brasileira que atua principalmente no segmento de varejo. Foi fundada em 1929 em Niterói, no Rio de Janeiro e atualmente, segundo dados do mesmo relatório, possui 51 milhões de clientes ativos, mais de 44 mil funcionários, a qual chama de associados, mais de 3.500 lojas em todo o país e vendas totais de R\$55,3 bilhões. A organização possui mais de 44 mil funcionários, que estão divididos entre permanentes e temporários, sendo a região Sudeste e a região Nordeste as maiores contratantes.

Segundo dados da IBEVAR (2023), a organização Americanas S.A., em 2015, era a quarta maior empresa varejista do país, caindo para quinta colocação em 2022, com 32,2 bilhões de reais de faturamento anual. A Americanas S.A utiliza em suas narrativas de comunicação organizacional os ODS para falar sobre o desenvolvimento de suas operações. No início do Relatório, é possível observar a construção narrativa em torno da explicação de como a empresa se identifica.

Figura 2 - Descrição de “quem somos” da Americanas S.A.



Fonte - Relatório Anual da Americanas S.A., 2021.

De acordo com o descrito, a Americanas S.A. é “uma empresa que já nasceu gigante e com o propósito de somar o que mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas” (Relatório Anual da Americanas S.A., 2021, p. 10). É possível observar uma adesão indireta ao discurso de responsabilidade coletiva para o desenvolvimento social, tal qual a ONU e outras entidades semelhantes propagam. Além do mais, a imagem de uma mulher negra é um elemento simbólico de grupos minoritários, os quais estão mais expostos às desigualdades sociais. Como apontam Santos e D’Almeida, (2017), há um sentido e uma finalidade para que a organização utilize de uma narração do mundo para narrar a si própria, ficando evidente o propósito de construção de uma narrativa socialmente aceita, visto que espelha aspectos sensíveis da realidade, gerando adesão com base em narrativas afetivas (Ribeiro, 2013).

Quando analisado o Relatório Anual da Americanas S.A. (2021), identifica-se o objetivo 8 sobre relações de trabalho em algumas ações, nas quais algumas foram analisadas neste trabalho. Na figura 3, tem-se o objetivo 8 atrelado ao projeto *Americanas nas Favelas*, uma ação de desenvolvimento de comunidades e pequenos negócios, que tem por iniciativa fomentar a entrega de produtos nas favelas.

Figura 3 - Ação das Americanas S.A. priorizando o ODS 8



Americanas na Favela
GRI 203-2



Para garantir a redução das desigualdades, proposta no ODS 10, em 2021, desenvolvemos, **de forma pioneira no Brasil**, o Americanas na Favela, um projeto de inclusão da população brasileira moradora de comunidade na rede de entregas de nossos produtos. Tendo em vista a dificuldade que os serviços logísticos enfrentam para alcançar essas pessoas, pela inexistência de CEP e/ou numeração das casas, para muitos, essa foi a primeira experiência de compra online.

Pensando nisso, em parceria com a *startup* de logística Favela Brasil Xpress, atualmente operamos em sete favelas – duas no Rio de Janeiro e cinco em São Paulo – com a implementação de containers e bases locais que funcionam como centros logísticos, permitindo a inclusão de mais de um milhão de moradores no radar de entregas, que conta com mais de 200 entregadores. Também ofertamos 1.000 bolsas de estudo e geramos 60 empregos diretos (CLT).

No total, mais de 350 mil pedidos foram entregues por meio de diversas modalidades de transporte, como *bike* e *tuk-tuks* elétricos, buscando a ecoeficiência na operação.

Consideramos que o sucesso em menos de um ano em atividade é devido não somente ao impacto da inclusão social que o Americanas na Favela possibilita, mas também ao seu eixo de desenvolvimento da economia local.

Em parceria com o G10 favelas – *bloco de líderes e empreendedores de impacto social das favelas* – e a Labora – *startup de inclusão profissional* –, capacitamos moradores em cursos de micrologística e iniciação no mercado de trabalho (#PartiuTrampo) visando expandir a contratação de mão de obra local das favelas para realizar o *last mile* dos pedidos.

A nossa meta é expandir a iniciativa para 50 favelas até 2023, ampliando as bolsas de estudo e os cursos oferecidos.

Queremos crescer a base de clientes atendidos e aumentar o número de parceiros. Fazemos isso pois **acreditamos no protagonismo das favelas** e na importância e urgência da atuação junto a essa população anteriormente invisibilizada.

Fonte - Relatório Anual da Americanas S.A., 2021

Trata-se de uma narrativa de comunicação organizacional instrumentalizada, que busca benefícios para a própria organização, mas que, ao mesmo tempo, pode gerar engajamento atrelado a relatos que visam legitimar as ações organizacionais (Santos, 2014) voltadas para imaginários coletivos quando usam o termo *comunidade e favelas*. No que se refere às relações de trabalho, sabe-se que incentivar pequenos negócios individuais pode gerar a falta de coesão social, uma vez que esses trabalhadores, principalmente os que atuam em entregas de produtos, não formam coletividades. Isso fragiliza a ideia de que o trabalho é uma atividade social e constitui-se no fundamento da solidariedade social no mundo moderno (Durkheim, 1984). A narrativa dessa ação da Americanas S.A., tem foco no objetivo da ODS sobre relações de trabalho, mas essa conduta manifesta favorece primeiramente o negócio da organização sobre a esteira de políticas neoliberais. Trata-se de uma narrativa que incentiva a precarização das relações de trabalho e, portanto, não tem adesão ao que propõe o ODS em questão.

A segunda ação do Relatório Anual da Americanas S.A. (2021), que utiliza o ODS 8, trata-se de uma parceria da Americanas S.A. com ONGs para *somar forças para alavancar o empreendedorismo feminino, a sustentabilidade e a geração de*



emprego e renda (Relatório Anual da Americanas S.A., 2021, 99). Porém, quando uma organização se associa com ações de ONGs para fomentar suas narrativas sociais, nem sempre tem envolvimento direto com as ações desenvolvidas. Nesse caso, trata-se de mais uma narrativa instrumental, propondo um sentido, uma significação e uma finalidade (D’Almeida, 2006, *apud* Santos e D’Almeida, 2017) sobre a perspectiva organizacional e não dos sujeitos, que apenas consomem essas narrativas. Trata-se de uma narrativa organizacional que busca engajamento e legitimação (Santos, 2014).

FIGURA 4 - Ação das Americanas S.A. priorizando o ODS 8

Americanas Social
GRI 203-2



O Americanas Social é o nosso marketplace focado em organizações e negócios de impacto social com 100% do lucro dos produtos vendidos revertido para as instituições. Desta forma, possibilitamos que elas aumentem seus recursos e ampliem a geração de valor nas comunidades.

Em 2021, impactamos positivamente mais de 165 mil pessoas e ampliamos o número de parceiros, chegando a 14 ONGs participantes e com a previsão de expansão para 100 até 2023. Além de comprar os produtos, o consumidor também pode realizar doações por meio da plataforma da Ame.

Fonte - Relatório Anual da Americanas S.A., 2021

A ação que as Americanas S.A. relata incentivar está relacionada a uma ONG de mulheres costureiras, entretanto, no relatório não consta se a Americanas S.A. realiza a compra dos produtos da ONG, ou de que forma efetiva age para a geração de emprego e renda, fomentando assim empregos de baixa remuneração ou, o que se torna cada vez mais frequente, são empregos indiretos de elevada precariedade (Hespanha, 2002). Sendo assim, mais uma vez, a Americanas S.A. narra uma ação sobre relações de trabalho, mas que acaba por fomentar ainda mais a flexibilização do trabalho, e, nessa ação específica, se agrava por estar relacionada a mulheres que sofrem cada vez mais com a precarização do trabalho. Políticas de abertura e



flexibilização da força de trabalho afeta, de forma direta, as condições de contratação, os direitos de organização e de representação dos trabalhadores, em especial mulheres, na qual a identidade dos indivíduos e dos grupos deixa de ser dada por seu pertencimento à classe trabalhadora, mas constitui-se como trabalho individual.

O referido Relatório possui diversos outros exemplos em que é possível realizar uma análise de como as ações das empresas são narradas em torno dos ODS, fato este que torna explícita sua estratégia de engajamento social. Todavia, um fato recente em sua história organizacional aponta uma incongruência em sua narrativa.

Em 2023, após a divulgação controversa de passivos até então não reconhecidos, a organização ingressou com pedido de recuperação judicial citando dívidas superiores a R\$40 bilhões, colocando em dúvida o emprego dos 44 mil funcionários. Notou-se um espaço vazio nas narrativas da organização. O silêncio enquanto narrativa se fez presente, enquanto suas lojas continuavam a operar em ritmo de normalidade. Finalmente quebrando o silêncio, em um comunicado realizado aos funcionários a Americanas S.A. diz:

Haverá demissões? Neste momento, a companhia está focada na manutenção das operações. Um plano estratégico de otimização dos recursos está em andamento para que decisões que garantam a sustentabilidade da companhia tenham efeitos em curto prazo. Em processos como esse, é comum que haja reestruturação." [...] Os salários serão pagos? A lei prevê que os salários sejam pagos normalmente durante o período em que a empresa estiver em recuperação judicial. (Jornal o Tempo, 2023, n.p).

Percebe-se aqui uma narrativa funcionalista, baseada na instrumentalização como apoio ao sistema de gestão da organização (Giroux e Marroquin 2005, *apud* Santos e D'Almeida, 2017). A estrutura textual do comunicado, em formato de pergunta, busca estabelecer uma relação com interlocutor, porém, as respostas prontas colocam o trabalhador em condição inferior à própria gestão da organização, tornando-o apenas uma mercadoria (Marx, 2004). A organização, relativiza o pagamento de salários, mas principalmente ignora a capacidade dos sujeitos organizacionais de refletirem sobre o que está acontecendo com a empresa.

4. CONCLUSÃO



No que se refere à comunicação organizacional da Americanas S.A., no uso do ODS 8, percebe-se uma comunicação instrumentalizada na busca de produzir elementos simbólicos na sua narrativa para constituir uma cultura ideal de identificação com seus sujeitos, sem considerar a consciência e capacidade de reflexiva desses sujeitos, os tornando sujeitos passivos da comunicação. Por mais que narre sobre a importância das relações de trabalho nas organizações, nenhuma de suas ações se tornam efetivas para combater a flexibilização e a precarização do trabalho. Muito pelo contrário, fomentam a lógica neoliberal para obtenção de lucro com base na capacidade produtiva de seus funcionários.

O uso dos ODS nas organizações é necessário e requerido, porém, eles devem estar presentes não somente como estratégia de visibilidade, mas em todos os processos organizacionais de maneira efetiva. A utilização do objetivo 8 “Trabalho decente e crescimento econômico” pela organização analisada mostrou como houve uma ruptura brusca entre os compromissos os quais disse manter e a realidade diante de um momento crítico, que certamente não surgiu em pouco tempo. Ao considerar a narrativa do Relatório estudado, datado de um ano anterior da crise, leva-se a reflexão sobre por quais motivos uma empresa consciente e atuante do seu papel na manutenção do trabalho decente e do crescimento econômico se colocou em situação de falência, impactando diretamente nos postos de trabalho e de toda comunidade em que ela se relaciona em suas ações. Não se questiona, diretamente, as instabilidades financeiras ou as crises sociais em que todo mercado financeiro está suscetível, mas, evidencia-se a quebra entre as narrativas organizacionais utilizadas, deixando claro que o desafio da inserção dos ODS pelas organizações está muito além da inserção técnica em planos, projetos e ações, necessitando ser um compromisso contínuo, principalmente em condições adversas, além de ser imprescindível considerar o papel crítico dos sujeitos envolvidos.



REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**. São Paulo: Boitempo, 2018.

ASSEMBLEIA GERAL DA ONU. (1948). “**Declaração Universal dos Direitos Humanos.**” (217 [III] A). Paris.

BALDISSERA, R. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. IN: KUNSCH, Margarida. **Comunicação organizacional: históricos, fundamentos e processos**. Vol.1. São Paulo: Saraiva, 2009.

DOMINGUES, J. M. **Sociologia e Modernidade: para entender a sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

DURKHEIM, É. **A divisão do trabalho social**. Lisboa: Editorial Presença, 1984.

FERREIRA, A. C. Para uma concepção decente e democrática do trabalho e dos seus direitos: (Re)pensar o direito das relações laborais. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.) **Globalização e as ciências sociais**, 2ª ed. São Paulo; Editora Cortez, 2002.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 3.ed. Madrid: Alianza, 1998.

GODOY, A. S. Pesquisa Qualitativa. **Revista de administração de empresas**. São Paulo, v.35, n.3, p 20 – 29, 1995.

HESPANHA, P. Mal-estar e risco social num mundo globalizado. IN: SANTOS, Boaventura de Souza (org.) **Globalização e as ciências sociais**. 2a ed. São Paulo; Editora Cortez, 2002.

IBEVAR. Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo. Disponível em: <https://www.ibevar.org.br/> Acesso em: 7 de mar. de 2023.

JORNAL O TEMPO. Americanas não descarta demissões em comunicado a funcionários. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/economia/americanas-nao-descarta-demissoes-em-comunicado-a-funcionarios-1.2800767> Acesso em: 7 de mar. de 2023.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2004.

NUN, J. O futuro do emprego e a tese da massa marginal. IN: **Novos estudos – CEBRAP** V.56. Ed. Brasileira de ciências LTDA março de 2000.

ONU BR. NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. A Agenda 2030. 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 10 de mar. de 2023.



RIBEIRO, E. P. Micronarrativas afetivas: o tocar pelo invisível para uma comunicação visível. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, XXXVI, Manaus, 2013. Anais do XXXVI Intercom. São Paulo, Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1231-1.pdf> Acesso em: 09 fev. 2023.

RELATÓRIO ANUAL DA AMERICANAS S.A. 2021. Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/347dba24-05d2-479e-a775-2ea8677c50f2/1d933569-60e5-e700-2385-3cf09ad35209?origin=2> Acesso em: 14 de fev. de 2023.

SANTOS, L. C.; D'ALMEIDA, N. Narrativa e comunicação organizacional. **Organicom**. Ano 14, nº 17, 1ª semana, 2017.

SANTOS, L. C. A narrativa organizacional para a promoção do engajamento. **E-Compós**, v. 17, n. 1, 2014. Disponível em: <<https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/1049/759>>. Acesso em: 25 jan 2023.

SCROFERNEKER. C. M. A. Trajetórias teórico-conceituais da comunicação organizacional. **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº 31. dez de 2006.