



Cultura de sustentabilidade em organização de pequeno porte: um estudo sobre as manifestações culturais dirigidas à sustentabilidade sob a ótica de diferentes públicos

Autora: Bruna Ribeiro Silva Antunes

Conclusão: 2020

Objetivo: compreender se as manifestações culturais de uma pequena empresa do setor têxtil se apresentam alinhadas às práticas de sustentabilidade, segundo a visão de diferentes públicos da organização. Para a operacionalização desta pesquisa, será adotada, como base, a abordagem teórica de manifestações culturais estabelecida por Joanne Martin.

Introdução

Com o aumento e maior complexidade das crises socioambientais, a partir da década de 1980, a discussão sobre sustentabilidade passou a fazer parte da agenda das organizações e no meio acadêmico, indicando a crescente importância dos aspectos sociais e ambientais em um modelo de gestão mais sustentável (CARRO-SUAREZ, SARMIENTO-PAREDES e ROSANO-ORTEGA, 2017). Apesar de se fazer presente na agenda das organizações e no meio acadêmico, estudiosos sustentam que essas práticas são insuficientes, pois são superficiais e não conduzem à formação de organizações e indústrias sustentáveis. Eles argumentam que as organizações terão que passar por significativas mudanças culturais (LINNENLUECKE; GRIFFITHS, 2010). Segundo dados da revisão sistemática, não foram identificadas pesquisas sobre manifestações culturais dirigidas à sustentabilidade, em organizações de pequeno e médio portes, que reúnam a percepção de diferentes partes interessadas da organização. Dessa forma, o tema deste estudo traz como referência a caracterização de uma cultura que tenha como pressuposto as manifestações culturais dirigidas à sustentabilidade em uma pequena empresa brasileira do setor têxtil.

Fundamentação teórica

Cultura Organizacional e manifestações culturais (Joanne Martin, 2002)
Sustentabilidade Empresarial (STEURER et al., 2005)

Metodologia

Para consecução deste trabalho, definiu-se como estratégia de pesquisa a abordagem qualitativa. O método utilizado foi a análise temática e a técnica escolhida foi a análise template de Neigel King, que é um método de organizar e analisar tematicamente dados qualitativos que foram aplicados em uma ampla gama de áreas de pesquisa nas ciências sociais (King, 2004). O trabalho foi elaborado ao longo de três meses com a realização de 3 entrevistas realizadas de forma virtual, em razão da Pandemia do Covid-19. Foram entrevistadas a fundadora, a única funcionária da empresa e uma cliente. As entrevistas tiveram duração média de 1 hora, com questões abertas e semiestruturadas. As entrevistas foram gravadas e integralmente transcritas, com o consenso dos entrevistados. O principal critério de escolha dos participantes foi a existência de um relacionamento formal com a organização há pelo menos cinco anos.

Análise e discussão dos resultados

A fim de endereçar a questão central, relacionada ao objetivo geral deste estudo, os resultados foram apresentados em três partes: relacionamento com a organização; manifestações culturais na ótica das partes interessadas; e, finalmente, o entendimento dos participantes sobre sustentabilidade. A Parte I apresentou o histórico de relacionamento das partes interessadas com a organização, primeiras experiências e impressões iniciais. Buscou-se identificar aspectos relevantes nesse processo histórico, de modo a compreender os aspectos que favorecerem o início do relacionamento das partes interessadas com a organização. A Parte II abordou as manifestações culturais, como rituais, histórias, jargões, arranjos físicos, políticas formais e práticas informais significativos aos entrevistados. Também são inclusos os temas de conteúdo, usados para capturar e mostrar as relações entre interpretações dos significados dessas manifestações. A Parte III, finalmente, trouxe a visão dos participantes e o seu entendimento sobre o conceito de sustentabilidade.

Considerações finais

A partir das histórias e experiências narradas, foi possível identificar a existência de diferentes manifestações culturais dirigidas à sustentabilidade, como arranjos físicos (decoração do espaço, mobília, vestimenta, características dos produtos); histórias e sagas organizacionais; práticas formais e informais e; temas de conteúdo. Como destaque positivo, foi possível constatar o reconhecimento, por parte das entrevistadas, de importantes manifestações culturais dirigidas aos aspectos ambientais e, especialmente, sociais da sustentabilidade. No entanto, ao comparar as percepções, foi percebido que muitas manifestações dirigidas aos aspectos ambientais, citadas pela fundadora, não foram lembradas pelas demais partes interessadas, demonstrando uma grande oportunidade de comunicação acerca desses atributos. Ainda nesse sentido, especialmente sobre as percepções da funcionária, não foi demonstrado o entendimento da importância de ações ambientais adotadas pela marca, mesmos afirmando que elas existem. Outro aspecto identificado está relacionado à motivação da fundadora ao começar a desenvolver as iniciativas narradas. A partir de suas declarações, foi percebido que não havia conhecimento e mesmo intenção de se desenvolver uma cultura de sustentabilidade, mas sim a motivação em dar continuidade aos saberes que ela tinha como referência da sua família. Suas declarações remontam a decisões e iniciativas muito associadas à sua história, educação familiar, valores e crenças, sem associações às possíveis contribuições sociais e ambientais que essas ações poderiam refletir. Sobre o entendimento das entrevistadas acerca do conceito de sustentabilidade, tanto a fundadora quanto a cliente associam o conceito aos aspectos ambientais, sociais e de relações humanas. Porém, mais intensamente, nesses dois últimos aspectos. Já a funcionária optou por não responder. Ainda assim, suas declarações acerca das suas experiências e percepções sobre as práticas da empresa, ao longo da entrevista, resgatam diferentes elementos relacionados ao aspecto social do conceito. Tendo como referência o conceito de STEURER et al (2005) sobre sustentabilidade empresarial, que afirma poder ser entendida como "um modelo orientador corporativo, abordando o desempenho econômico, social e ambiental de curto e longo prazo das corporações", podemos indicar que a organização reúne diferentes manifestações culturais dirigidas à sustentabilidade. Por outro lado, no que tange à percepção dos públicos entrevistados, foi percebido que tais manifestações não são necessariamente associadas à sustentabilidade. Ainda de não comprometer os resultados obtidos neste estudo, as entrevistas apresentadas contemplaram olhares de apenas duas partes interessadas, além da própria fundadora. Por isso, para pesquisas futuras, recomenda-se o estudo com outras partes interessadas, como atendidos pelo projeto social desenvolvido pela empresa, costureiras, comunidades e representante de órgãos públicos que também mantêm relacionamento com a empresa, por exemplo. Por fim, debruçar sobre este trabalho ajudou a identificar aspectos que reforçam (1) a relevância do tema sustentabilidade em uma empresa de pequeno porte no setor têxtil, (2) indicações de práticas a serem observadas por pequenas empresas que almejam desenvolver práticas dirigidas à sustentabilidade, (3) além de formas e oportunidades de compreensão das percepções de diferentes públicos acerca dessas manifestações culturais, cumprindo assim o objetivo central deste estudo.