

Entre o discurso e o silêncio: comunicação organizacional, microplástico e injustiça climática no discurso da Coca-Cola¹

Patricia ZIMERMANN²

Universidade de São Paulo

Resumo

Esta pesquisa examina como grandes poluidoras plásticas globais, especificamente a The Coca-Cola Company, mobilizam o discurso institucional para influenciar relações de poder no debate ambiental. Mediante análise de conteúdo e análise crítica do discurso aplicadas a 18 (dezoito) documentos corporativos globais e brasileiros publicados entre 2018 e 2025, e fundamentada na teoria da sociedade de risco e nos estudos críticos da comunicação organizacional, a investigação identifica três mecanismos discursivos centrais: (1) estratégias de silenciamento que excluem vozes marginalizadas; (2) narrativas de responsabilidade compartilhada que transferem o ônus ambiental para consumidores e governos; e (3) construções retóricas que invisibilizam vulnerabilidades socioambientais. Os resultados evidenciam como o discurso corporativo opera como instrumento de manutenção de poder, legitimando práticas poluidoras enquanto projeta uma imagem de responsabilidade ambiental.

Palavras-chave: Comunicação organizacional; Microplástico; Injustiça Climática; Discurso corporativo; Cidadania Ambiental.

1. Introdução

A crise global do plástico está profundamente associada à expansão da indústria petroquímica e à lógica de produção de embalagens descartáveis (CLAPP; DAUVERGNE, 2021), sendo estimado que mais de oito milhões de toneladas de plástico sejam despejadas anualmente no oceano, com impactos severos sobre os ecossistemas marinhos, a saúde humana e a reprodução de desigualdades socioambientais estruturais.

A comunicação organizacional contemporânea configura-se como arena estratégica de poder onde se produzem e disputam regimes de verdade sobre sustentabilidade, riscos ambientais e responsabilidade corporativa.

¹Trabalho apresentado ao GP2: Discurso, Identidade e Relações de Poder, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações-Públicas.

² Pós doutoranda do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo. E-mail: patriciaz@usp.br.

Nesse contexto, a The Coca-Cola Company destaca-se como ator emblemático, ocupando posição recorrente no topo dos rankings internacionais de poluição plástica. Dados da Ellen Macarthur Foundation³ com o movimento Break Free From Plastic identificam a corporação como a marca mais encontrada em auditorias de resíduos ao redor do mundo, incluindo o Brasil. No contexto brasileiro, onde cada habitante produz aproximadamente um quilograma de resíduos por dia e mais de 228 mil toneladas são coletadas diariamente (BESEN; JACOBI; SILVA, 2021), a gestão de resíduos enfrenta desafios estruturais agravados por persistentes desigualdades socioambientais. Em resposta às pressões sociais e regulatórias, a corporação tem expandido sua comunicação institucional mediante compromissos como relatórios, o programa World Without Waste e a Missão 2025. Contudo, como evidenciam Baldissera e Kaufmann (2013), relatórios de sustentabilidade frequentemente funcionam mais como instrumentos de legitimação do que como vetores de transformação estrutural, configurando greenwashing que preserva práticas produtivas vigentes.

A ênfase corporativa na circularidade é frequentemente instrumentalizada para manter o *status quo* econômico, deslocando o ônus ambiental para atores que não participam das decisões de design e produção (TURRA et al., 2020). Esse enquadramento objetiva o gerenciamento pós-consumo, silenciando debates sobre a urgente redução da produção e a periculosidade dos microplásticos. Percebe-se na literatura que permanece inexplorada a articulação entre discursos globais e locais de grandes poluidoras em contextos de vulnerabilidade socioambiental específica. Particularmente, faltam análises que examinem: (1) como estratégias retóricas globais são adaptadas a contextos regulatórios e culturais locais; (2) de que forma o silenciamento sobre microplásticos varia entre documentos globais e nacionais; e (3) como a invisibilização da injustiça climática se manifesta diferentemente em contextos do Sul Global.

Diante desse contexto, coloca-se a seguinte questão de pesquisa: como o discurso institucional da The Coca-Cola Company produz sentidos sobre sustentabilidade e responsabilidade ambiental, e de que forma essas narrativas se articulam com os desafios associados aos microplásticos, à crise climática e às dinâmicas de injustiça climática no Brasil?

2. Fundamentação Teórica

³ Ellen Macarthur Foundation. 2030 Plastics Agenda for Business, quadro “Priority actions for business”, p. 24. Disponível em: <https://content.ellenmacarthurfoundation.org/m/2e6a5f376f0b0af9/original/2030-Plastics-Agenda-for-Business-4th-Nov.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2026.

Esta pesquisa articula três eixos teóricos complementares: a teoria da sociedade de risco, formulada por Ulrich Beck (2005), os estudos críticos de comunicação organizacional (DEETZ, 1992; PUTNAM; NICOTERA, 2009; KUNSCH, 2009; BALDISSERA, 2009) e a perspectiva da justiça climática (ARRUDA FILHO; TORRES; JACOBI, 2024). A integração desses referenciais permite compreender o discurso corporativo não apenas como um dispositivo de poder na construção de regimes de verdade, mas também como um agente ativo na gestão simbólica dos riscos invisíveis característicos da sociedade contemporânea, além de evidenciar como determinadas narrativas institucionais contribuem para a naturalização de assimetrias de poder que sustentam e reproduzem dinâmicas de injustiça climática.

3. Metodologia

Esta pesquisa adota abordagem qualitativa que articula análise de conteúdo (BARDIN, 2016) e análise crítica do discurso fundamentada em Thompson (2011). Essa combinação metodológica permite examinar simultaneamente a organização temática dos documentos e os processos discursivos por meio dos quais são produzidos sentidos, legitimidade e relações de poder no debate socioambiental. O corpus da pesquisa foi composto por 18 documentos institucionais da The Coca-Cola Company publicados entre janeiro de 2018 e dezembro de 2025, período que corresponde à intensificação dos compromissos públicos da empresa com a sustentabilidade em resposta às crescentes pressões globais relacionadas à poluição plástica.

Dentre esses materiais, foram analisados dez documentos globais — incluindo relatórios anuais de sustentabilidade produzidos entre 2018 e 2025 e documentos institucionais de lançamento e atualização do programa World Without Waste (2018 e 2021) — e oito documentos referentes ao contexto brasileiro, compostos por relatórios de sustentabilidade da Coca-Cola Brasil publicados entre 2018 e 2023, além de dois materiais institucionais voltados à comunicação sobre reciclagem e economia circular. Foram incluídos apenas documentos oficiais disponíveis publicamente e que abordassem sustentabilidade, gestão de resíduos e responsabilidade ambiental.

4. Resultados Esperados

Espera-se que a análise documental revele um conjunto articulado de estratégias discursivas que operam simultaneamente para legitimar práticas corporativas e obscurecer contradições estruturais. Primeiramente, prevê-se identificar silenciamento sistemático sobre a problemática dos microplásticos e seus impactos na saúde humana e nos ecossistemas. Essa

estratégia de invisibilização privilegia a comunicação sobre resíduos visíveis e gerenciáveis, enquanto ofusca riscos difusos e de longo prazo que caracterizam a sociedade de risco contemporânea (BECK, 2005). Ao concentrar o debate público em soluções pós-consumo mensuráveis, o discurso corporativo desvia a atenção das ameaças invisíveis e persistentes representadas pelos microplásticos, cuja distribuição ambiental e efeitos cumulativos permanecem inadequadamente compreendidos e comunicados. Em segundo lugar, espera-se evidenciar a invisibilização da injustiça climática mediante tratamento universalizado da problemática dos plásticos, que não reconhece como populações vulnerabilizadas são desproporcionalmente afetadas tanto pela poluição quanto pela precarização da cadeia de reciclagem (BESEN; JACOBI; SILVA, 2021). Essa universalização abstrata obscurece as especificidades do contexto brasileiro, marcado por profundas desigualdades socioambientais que determinam distribuição diferenciada de riscos e vulnerabilidades.

5. Considerações Finais

A pesquisa avança os estudos críticos de comunicação organizacional em três frentes principais. Primeiro, evidencia empiricamente como discursos corporativos de sustentabilidade contribuem para naturalizar desigualdades de poder, mobilizando estratégias discursivas de legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação, que não apenas constroem uma imagem positiva, mas influenciam ativamente os contornos do debate público sobre responsabilidade ambiental. Segundo, ao articular a teoria da sociedade de risco com a comunicação organizacional, demonstra que a gestão simbólica de riscos invisíveis opera por meio de silenciamentos estratégicos que deslocam a atenção de ameaças difusas para soluções mensuráveis e visíveis. Terceiro, ao incorporar a perspectiva da justiça climática, revela como a ocultação de vulnerabilidades socioambientais nos discursos corporativos reforça injustiças estruturais, sobretudo em contextos do Sul Global.

Referências

ARRUDA FILHO, Marcos Tavares de; **TORRES**, Pedro Henrique Campello; **JACOBI**, Pedro Roberto. A systematic review of the literature on climate justice: a comparison between the Global North and South. *Sustainability*, Basel, v. 16, n. 22, 2024. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/16/22/9888>. Acesso em: 19 jan. 2026.

BALDISSERA, Rudimar. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: **KUNSCH**, Margarida Maria Krohling (org.). *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009. v. 1, p. 135–164.

BALDISSERA, Rudimar; **KAUFMANN**, Cristine. Comunicação organizacional e sustentabilidade: sobre o modelo instituído no âmbito da organização comunicada. *Organicomm – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, São Paulo, v. 10, n. 18, p. 59–70, 2013.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016. (3. reimpressão).

BECK, Ulrich. *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage Publications, 2005.

BESSEN, Gina Rizpah; **JACOBI**, Pedro Roberto; **SILVA**, Christian Luiz da. 10 anos da Política Nacional de Resíduos Sólidos: caminhos e agendas para um futuro sustentável. São Paulo: Universidade de São Paulo, Instituto de Energia e Ambiente, 2021.

CLAPP, Jennifer; **DAUVERGNE**, Peter. *The global environmental politics of plastic*. Global Environmental Change, 2021.

DEETZ, Stanley. *Democracy in an age of corporate colonization: developments in communication and the politics of everyday life*. Albany: State University of New York Press, 1992.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2009.

PUTNAM, Linda L.; **NICOTERA**, Anne M. *Building theories of organization: the constitutive role of communication*. New York: Routledge, 2009.

THE COCA-COLA COMPANY. 2025 Sustainability Update. Atlanta: The Coca-Cola Company, jan.2026. Disponível em: <https://investors.coca-colacompany.com/assets/3238f81776ad494f6b623caefc71f4ea/cocacolacompany/db/1015/11072/file/Sustainability+Update+Jan+2026.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2026.

THE COCA-COLA COMPANY. *World Without Waste*. Atlanta: The Coca-Cola Company, [s.d.]. Disponível em: <https://www.coca-colacompany.com/stories/world-without-waste>. Acesso em: 2 fev. 2026.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

TURRA, Alexander et al. *Lixo nos mares: do entendimento à solução*. São Paulo: Instituto Oceanográfico da Universidade de São Paulo, 2020.