

Balancos Sociais e Mediações: o discurso das empresas como destituição do sujeito

Autoria: Wesley Silva Xavier, Mariana Mayumi Pereira de Souza

Resumo

Este trabalho tem por objetivo desvendar como o discurso oficial das grandes empresas é articulado nos balanços sociais de forma a velar as mediações de segunda ordem e a destituição do sujeito. A discussão acerca da responsabilidade social tem sido crescentemente incorporada nas agendas de diversos organismos da sociedade. No âmbito acadêmico, é possível observar perspectivas diversas sobre este tema, particularmente nas últimas duas décadas. Grande parte das discussões gira em torno dos incautos benefícios que estes investimentos trazem. Ao desvelarem quais ações geram mais retornos, ou discutirem as possibilidades estratégicas que a responsabilidade social pode apresentar, diversos estudos vão ao encontro de uma ordem que mascara e mantém as empresas como agentes engendrados em questões sociais, sem antes questionar quão legítimo é esta forma de atuação das empresas. Nosso trabalho parte de uma perspectiva crítica na qual acreditamos que a responsabilidade social empresarial representa um contexto de esvaziamento do espaço público e da apropriação da consciência dos indivíduos. Esta apropriação, para nós, remete ao que Mézáros denominou mediação de segunda ordem, embasado no processo de alienação do ser traçado por Marx (2004) nos *Manuscritos Econômicos-Filosóficos*. Com base no objetivo proposto, este trabalho se caracteriza pelo viés ontológico nominalista e epistemológico humanista, fortalecidos pelo caráter intersubjetivo da pesquisa qualitativa, e pelo nosso posicionamento crítico frente ao objeto de pesquisa. Neste estudo analisamos relatórios anuais referentes ao ano de 2009 de quatro empresas brasileiras do setor de mineração e siderurgia – Arcelor Mittal, Gerdau, Usiminas e Vale. Como referencial teórico e metodológico, utilizamos a Análise do Discurso (AD) com abordagem francesa. Nesta abordagem, o discurso é compreendido como um conjunto de temas e figuras que representa uma visão de mundo (FIORIN, 1988). Para isso, o discurso se direciona a duas concepções distintas: aquela que ele defende e aquela em posição à qual ele se constrói. Os resultados nos permitem concluir que as mediações de segunda ordem na apropriação social se dão, fundamentalmente, nos processos de despolitização das questões sociais, na naturalização do lucro e nos processos de reificação. Os mecanismos de despolitização podem ser observados sob diversas nuances em que o pano de fundo comum é a ordem que se tenta estabelecer a fim de se velar os elementos que dão origem às dissonâncias. A ordem aqui mantida remete ao bom funcionamento do sistema, e ao mesmo tempo dá subsídios e legitima as ações de ‘responsabilidade social’. A naturalização do lucro escamoteia as questões existentes no âmago de sua própria geração e também dos problemas sociais que a empresa visa ‘combater’, além de despolitizar a solução destes mesmos problemas. Já os processos de reificação, atomizam a participação dos sujeitos ordinários nas decisões, bem como isentam de responsabilidade os sujeitos que decidem as políticas dentro da empresa.

1. Introdução

A discussão acerca da responsabilidade social tem sido crescentemente incorporada nas agendas de diversos organismos da sociedade, sejam eles os próprios cidadãos, as empresas, tanto pela voz de seus responsáveis quanto por outros intermédios, as forças governamentais e demais setores que tenham algum tipo de interesse nesta temática. No âmbito acadêmico, é possível observar perspectivas diversas sobre esta tema, particularmente nas últimas duas décadas. Grande parte das discussões gira em torno dos incautos benefícios que estes investimentos trazem. Ao desvelarem quais ações geram mais retornos, ou discutirem as possibilidades estratégicas que a responsabilidade social pode apresentar, diversos estudos vão ao encontro de uma ordem que mascara e mantém as empresas como agentes engendrados em questões sociais, sem antes questionar quão legítimo é esta forma de atuação das empresas.

Nosso trabalho parte de uma perspectiva crítica na qual acreditamos que a responsabilidade social empresarial representa um contexto de esvaziamento do espaço público e da apropriação da consciência dos indivíduos. Esta apropriação, para nós, remete ao que Mészáros denominou mediação de segunda ordem, embasado no processo de alienação do ser traçado por Marx (2004) nos *Manuscritos Econômicos-Filosóficos*. Para Marx, a alienação se dá a partir da supressão da ontologia do homem – o trabalho – mediante o domínio do capital. Este domínio afasta o homem tanto do processo de sua atividade quanto do produto do seu trabalho, provocando a desefetivação do ser. A partir desta desefetivação do ser, verifica o processo de alienação, que para Mészáros, dá-se pela impossibilidade do homem de mediar sua própria essência, uma vez que esta é apropriada pelo capital, caracterizando a mediação da mediação, ou mediação de segunda ordem.

A transposição desta mediação de segunda ordem do campo ontológico do trabalho para o que se denomina responsabilidade social pode equivocadamente soar como uma ‘questão semântica’, a partir do instante que defendemos e buscamos explicitar que esta responsabilidade é meramente privada. Entretanto, esta transposição do social para o privado, sem mudança de denominação por parte dos responsáveis pela emissão do discurso, representa a apropriação da vida ordinária e de suas produções por parte do capital. Destitui-se aqui o social e esvazia-se o político em prol do capital, que num cenário de inocuidade do Estado, assume a tarefa de ser mantenedor do bem-estar social.

Este processo de apropriação por parte do capital é para nós mais um meio de garantir às empresas a manutenção dos lucros cada vez mais crescentes. Para isso, o uso de ferramentas de comunicação a respeito das práticas tem se difundido, uma vez que é fundamental garantir aos acionistas que seus fins serão salvaguardados, e aos demais públicos, que estes estão inseridos dentro da dinâmica do capital, por vezes ao véu do que se denomina social. Nesta seara de publicações mantidas pelas empresas, os balanços sociais têm se destacado, uma vez que incorporam num mesmo bojo nuances diversas de públicos de interesses dos mais variados.

Em face deste contexto, este trabalho visa tratar como o discurso das grandes empresas é articulado nos balanços sociais de forma a mascarar as mediações de segunda ordem e a destituição do sujeito. Em outros termos, como o discurso oficial das empresas é construído de forma a legitimar suas ações como ações de interesse social, velando a arbitrariedade ao denominar estas ações, que para nós representam a apropriação do público (ou social) pelo privado. Para isso, apresentamos a seguir os eixos teóricos que nos servirão de base, sem nos omitirmos de alguns posicionamentos e escolhas destas mesmas teorias. Na seqüência descrevemos as considerações metodológicas, seguidas pelas análises e conclusões do trabalho.

2. Processos de Mediação

O envolvimento de empresas com ações que impactam a sociedade, a princípio denominadas de responsabilidade social, faz parte de um leque de mecanismos apaziguadores de uma turbulência que se origina na própria atividade corporativa. A estrutura vigente planta e cultiva condições de desigualdades e, posteriormente, visam combatê-las com a dita responsabilidade social (MÉSZÁROS, 2002), sendo que esta perspectiva carece de ser revista por não ter origem na relação entre homem e natureza (SOARES, 2004).

A ideia de mediação de segunda ordem trabalhada por Mészáros, muito influenciada pelos textos de Marx contidos nos *Manuscritos Econômicos-Filosóficos* – referenciado também *Manuscritos de 1844* – retrata mecanismos de alienação do homem (materializado no trabalho), assim como possibilidades de saída dessa condição (MÉSZÁROS, 2006). Em sua obra, Marx centraliza o trabalho como determinação ontológica do homem, ou seja, o modo de existência do homem. Nos moldes de produção capitalista, este caracteriza particularmente a divisão do trabalho – estratificação que se manifesta também em outras instâncias – como base para toda alienação.

A propriedade privada media a alienação e, para superá-la, torna-se necessária a consciência do homem de sua condição, de sua ontologia. Para Mészáros, torna-se necessário romper com as mediações de segunda ordem, haja vista que não partem de uma relação direta entre sujeito e objeto, mas sim mediada por terceiros. A existência de uma mediação de segunda ordem inviabiliza e impede a mediação de primeira ordem (ontológica ao homem) e torna-se mantenedora de uma situação de alienação (MÉSZÁROS, 2006).

Este processo de distanciamento (rumo a alienação) a partir de Marx (2004) pode ser verificado tanto em relação ao produto do trabalho quanto ao processo do trabalho. Para Marx, o produto do trabalho representa o elo de ligação entre o trabalhador e seu mundo sensível exterior, os objetos da natureza. Esse distanciamento se dá à medida que a efetivação do trabalho se volta para a *objetivação*, representada pelo produto do trabalho. Por outro lado, esse produto se caracteriza como ser estranho ao trabalhador, então, caracterizando sua *desefetivação*. *Objetivação* do produto do trabalho e *desefetivação* do trabalhador representam a servidão ao objeto, o que Marx denomina a apropriação do trabalho como *estranhamento*, como *alienação* (MARX, 2004). O processo de desejetivação e estranhamento parte da dissolução do aspecto lógico-dialético de que sujeito pressupõe objeto (ALVES, 2009). Quando da apropriação privada dos meios de produção, tem-se uma conversão do objeto em coisa, negando-se ontologicamente o sujeito (2004).

O trabalhador se torna tanto mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção aumenta em poder e extensão. O trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria. Com a valorização do mundo das coisas (Sachenwelt) aumenta em proporção direta a desvalorização do mundo dos homens (Menschenwelt). O trabalho não produz somente mercadorias; ele produz a si mesmo e ao trabalhador como uma mercadoria, e isto na medida em que produz, de fato, mercadorias em geral. Este fato nada mais exprime, senão: o objeto (Gegenstand) que o trabalho produz, o seu produto, se lhe defronta como um ser estranho, como um poder independente do produtor. O produto do trabalho que se fixou num objeto, fez-se coisal (sachlich), é a objetivação (Vergegenständlichung) do trabalho. A efetivação (Verwirklichung) do trabalho é a sua objetivação. Esta efetivação do trabalho aparece ao estado nacional-econômico como desejetivação (Entwirklichung) do trabalhador, a objetivação como perda do objeto e servidão ao objeto, a apropriação como

estranhamento (Entfremdung), como alienação (Entäusserung). A efetivação do trabalho tanto aparece como desefetivação que o trabalhador é desefetivado até morrer de fome. A objetivação tanto aparece como perda do objeto que o trabalhador é despojado dos objetos mais necessários não somente à vida, mas também dos objetos do trabalho. Sim, o trabalho mesmo se torna um objeto, do qual o trabalhador só pode se apossar com os maiores esforços e com as mais extraordinárias interrupções. A apropriação do objeto tanto aparece como estranhamento (Entfremdung) que, quanto mais objetos o trabalhador produz, tanto menos pode possuir e tanto mais fica sob o domínio do seu produto, do capital (MARX, 2004, p. 81).

Esta alienação caracterizada por Marx (2004) materializa-se na destituição do trabalhador de qualquer vínculo com seu trabalho, portanto, escapando à própria ontologia do homem. Em termos de embate, a alienação se inter-relaciona com os aspectos de classes e seus antagonismos, produzindo o que Marx (2004) denomina “*estranhamento da coisa*” e “*auto-estranhamento*”. O primeiro diz respeito à relação do homem com o trabalho que se degenera quando está alienado ao resultado do seu trabalho, uma vez que os fins, via de regra, são tangíveis apenas ao patronato. Para Marx, trata-se aqui da alienação do homem com sua natureza. Já no segundo, há a alienação em função do ato de produção no interior do processo de trabalho, ou seja, a relação do trabalhador com seu trabalho sendo este uma atividade alheia que não lhe oferece satisfação em si, mas apenas pelo fato de vendê-la a outro (MÉSZÁROS, 2006).

A apropriação do mundo externo (da natureza sensível), por parte do trabalhador representa, para Marx (2004), a privação dos meios de vida. Essa relação se estabelece na medida em que o *mundo sensível* deixa de ser um objeto pertencente ao trabalho do trabalhador, um meio de vida do seu trabalho e, esse mesmo *mundo sensível*, se exala como meio de vida do trabalhador. O esvair do mundo sensível reflete o mesmo sentimento em relação aos objetos da natureza, portanto, deflagrando a alienação do homem em relação à natureza, ou *estranhamento da coisa* (MÉSZÁROS, 2006). Neste caso, o trabalho deixa de ser voluntário para ser algo obrigatório, forçado. Deixa de ser uma fonte de satisfação de carência, e passa assumir a condição de meio para satisfazer outras necessidades fora dele.

No que diz respeito ao processo do trabalho, Marx (2004) preconiza que, sendo o produto do trabalho a exteriorização da atividade, portanto estranhada, o processo de produção configura-se como *exteriorização ativa*. A relação do trabalhador se situa alheio à sua própria atividade, uma vez que sua ‘satisfação’ se desloca para o ato de vendê-la a outra pessoa, neste caso, caracterizando o que Marx denomina auto-estranhamento, ou alienação de si mesmo – de sua própria atividade (MÉSZÁROS, 2006).

Para Marx (2004), as duas formas de alienação – em relação à natureza, ou o estranhamento da coisa, e em relação a si mesmo, ou o auto-estranhamento – trazem dentro de si outras formas de alienação. Primeiramente, o homem não se constitui apenas como um ser orgânico, mas também daquilo que advém da sua atividade, seu ser inorgânico, constituindo seu *ser genérico*. Na medida em que o produto da atividade lhe é estranho, traz consigo, também, o estranhamento (alienação) ao seu ser genérico, ou a alienação de seu ser como membro da espécie humana. Todos estes processos de estranhamento acabam por conseqüenciar um *estranhamento à humanidade geral*, ou “alienação da condição humana no curso do seu rebaixamento por meio dos processos capitalistas” (MÉSZÁROS, 2006, p. 20), análogo ao defrontar do objeto do trabalho, portanto, representando a *alienação do homem frente ao homem*.

O prisma distinto que o trabalho assumiu ao longo do tempo desloca, dessa forma, a condição do trabalhador. A produção no trabalho deixa de se restringir a mercadorias e incorpora o trabalhador como fruto do processo produtivo, algo reificado (MARX e ENGELS, 2007). Esse processo de reificação, além de se constituir a partir dos *estranhamentos* delineados por Marx (2004), desvela o que o próprio Marx denominou como o produto do trabalho sendo a ‘exteriorização da atividade’. Neste caso, o trabalho passa a ser visto como algo externo ao trabalhador, não pertencente a ele, e que por representar a antítese da sua própria ontologia, permite ao trabalhador sentir-se bem no não-trabalho, ou seja, “junto a si quando fora do trabalho e fora de si quando no trabalho” (MARX, 2004, p. 81). A casa fora do trabalho e o trabalho fora da casa, a isso se reconhece o estranhamento do homem frente à sua própria ontologia.

A ideia de alienação pressupõe intermédios existentes entre o homem e seus correlacionados (natureza, atividade, ser genérico, próprio homem). Para Mészáros (2006), a crítica de Marx frente a alienação se direciona contrária ao que seriam mediações, imbricadas no eixo atividade-divisão do *trabalho-intercâmbio-propriedade privada*. Neste caso, a mediação do trabalho não recai sobre o homem – automeiação – mas sim sobre uma série de mediações de segunda ordem, ou mediação da mediação. O trabalho como determinação ontológica do homem, torna-se mediado por terceiros (mediação da mediação), caracterizando-se como base para toda alienação.

A relação de alienação no trabalho constitui-se pela desapropriação do homem frente ao seu ser ontológico, a partir do momento em que o homem passa a não mediar a relação com a sua natureza. Neste caso, a propriedade privada e a divisão do trabalho funcionam como mecanismo legitimador da desapropriação. Inseridos na relação homem-trabalho, estabelecem outro tipo de mediação, e por não ter origem no homem, denominada por Mészáros (2006) mediação de segunda ordem, e que se caracteriza por ser mantenedora da alienação. A propriedade privada media esta alienação e para superá-la, torna-se necessária a consciência do homem de sua condição, de sua ontologia. Para Mészáros (2006), torna-se necessário romper com estas mediações de segunda ordem, uma vez que não parte de uma relação direta entre sujeito e objeto, mas sim mediada por terceiros. Neste caso, a existência de uma mediação de segunda ordem inviabiliza e impede a mediação de primeira ordem (ontológica ao homem), e torna-se mantenedora de uma situação de alienação (MÉSZÁROS, 2006).

A presente discussão não se prende ao período em que o pensamento de Marx foi desenvolvido. Uma simples recorrência permitiria identificar o mundo e suas relações como produtos históricos, resultado da atividade de uma série de gerações. Sob este caráter histórico das relações de trabalho, Marx e Engels (2007) ressaltam que as condições sob as quais determinadas forças de produção podem ser utilizadas são as mesmas da dominação de uma classe de uma determinada sociedade. Em complemento, cabe ressaltar que, embora o trabalho social seja a base da vida social estranhada – e assim os mecanismos de mediação – a vida social estranhada não se reduz ao trabalho estranhado, sendo que os elementos do “estranhamento social apresentam forma/conteúdo de explicitação diferenciados com respeito aos fenômenos do trabalho estranhado” (ALVES, 2009, p. 67).

Delegar à gestão das empresas privadas, mais precisamente a grupos do que se denomina alta administração, ações frente a demandas que originalmente são de interesse sociais representa alocar esta vocação sob a estirpe do capital e, traçando um paralelo com a destituição da ontologia humana, representa uma mediação da vida fora do trabalho em seu todo. Para Adorno e Horkheimer (1985) – em análise às nuances culturais, afirma que essa aproximação do capital se caracteriza pela tentativa de manutenção de uma camaradagem ao sufrágio causado pelas relações no trabalho. Dessa forma, as organizações buscam estender as ações a

fim de garantir a alienação – ou pelo menos manter uma mediação em segunda ordem, em que o pensamento se distancia de qualquer tipo de sofrimento.

As mediações dos anseios originários nas atividades das corporações também se estabilizam organizacionalmente em termos formais, como é o caso de grande parte das ONG's. Trata-se aqui de uma nova via de mediação das condições impostas pelo capital, esvaziando a arena política e despolitizando os problemas sociais, uma vez que afasta qualquer possibilidade de participação pública na discussão sobre o destino das ações, menos ainda em possibilidades de ações que não sejam meramente paliativas e de retorno imediato.

3. Resgatando as origens da filantropia e da 'responsabilidade social das corporações'

A compreensão do envolvimento das corporações frente a questões sociais caracteriza-se por ser uma peça fundamental no entendimento do engodo que se tem difundido na mídia. O ponto de partida pode ser observado a partir do nascimento da filantropia – da forma como a entendemos – nos Estados Unidos no final do século XIX, intrincadas em motivações religiosas em que obras de caridades compunham parte de uma cultura social plena (DUPAS, 2005).

Estas ações, em seu princípio, se legitimavam na tentativa de responder aos impactos da crescente industrialização e urbanização, ou como remonta Guilhot (2004), tratava-se de respostas ao tumulto trazido pelas mudanças, materializadas na capacidade das instituições existentes em atender os pobres. Para Dupas (2005), esta resposta, tão logo se desvelava, trazia consigo a inserção da racionalidade imperativa nas organizações industriais da época. O fruto dessa convergência foi o surgimento de fundações – como as arquitetadas por Andrew Carnegie e Hebert Spencer – que para Dupas (2005), podem ser vistas como uma espécie de *burocracia da vontade cívica*¹, que edificava a filantropia como *alternativa privada ao socialismo*¹.

Em um resgate da filantropia e do envolvimento das corporações com esta prática, Borger (2001) ressalta que os empresários e empresas faziam doações de grandes montantes, sendo então pessoal ou corporativa, geralmente destinadas ao que a autora denomina 'causas valorosas', ou de outra forma, envolvendo-se em projetos e programas como construção de casas, escolas, hospitais etc. O que destaca a autora é a responsabilidade dos proprietários, e não das empresas, sobre as doações realizadas. Porém, o surgimento das sociedades anônimas e a inserção de acionistas no comando das empresas deslocam as doações do pessoal para a empresa, frutificando fundações (Rockefeller, Ford, Bill Gates, Kellog's, McArthur) numa tentativa de *separar as atividades sem fins lucrativos das atividades da empresa*¹.

Separar as atividades supracitadas parece compor um placebo a partir do olhar do outro, no qual os 'sem fins lucrativos' são nada mais que meros mecanismos adicionais da manutenção das atividades da empresa que visam gerar lucros, tendo como agravante o argumento de amortecer os impactos perniciosos das ações corporativas. Se os objetivos se legitimavam ainda mais com a presença de acionistas, Borger (2001, p. 31) ressalta que "as atividades 'sem fins lucrativos' são justificadas pelo critério econômico como uma contribuição calculada para o lucro marginal da operação". Arquitetados, despesas e custos podem gerar ganhos a médio e longo prazo, atraindo novos clientes e/ou melhorando sua reputação devido ao 'envolvimento' com questões de 'interesse' da comunidade.

O incauto paliativo destas ações filantrópicas não dissolve o princípio de causalidade das atividades corporativas sobre os problemas sociais, mas apenas incorpora novos mecanismos de manutenção da lógica vigente – a do lucro – e que serve de base para o que se tem denominado responsabilidade social empresarial.

A ideia de responsabilidade social surge a partir dos questionamentos das ações das empresas sobre a sociedade. Questionamentos acerca das responsabilidades que a sociedade espera das empresas, como o exposto por Bowen (1953), trazem em seu bojo a tentativa de inserir certa ética – não das corporações, mas sim dos indivíduos – que questiona fins das ações corporativas, abrangendo então esferas sociais (CARROL, 1999). A condução da temática incorpora, a partir de 1960, a preocupação com definições conceituais e formalização de responsabilidade social – ainda não convergente nos dias de hoje –, predominando a ideia de ir além da responsabilidade do lucro e utilizar recursos para fins sociais mais amplos que não unicamente os interesses privados (BORGER, 2001). Carrol (1999) demarca esta década por um cenário de turbulência social, em que empresas eram constantemente contestadas por suas ações oriundas da sociedade civil.

Para Johnson's (1971, *apud* Carrol, 1999), estas contestações alimentam na década de 70 a inserção dos *stakeholders* na definição de responsabilidade social. Assim, abrir o leque para o que, a princípio, seria exógeno aos interesses da organização remodela a atuação das empresas, para nós, sem alterar os fins. As interações se fortalecem fundamentalmente a partir dos anos 80, com a aceleração de aberturas de mercados nos quais empresas locais dão lugar a organizações transnacionais (FARIA e SAUERBRONN, 2008), e com o surgimento de correntes teóricas de questionamentos éticos e sociais sobre as atuações das empresas (KREITLON, 2004).

Neste mesmo contexto, há que se ressaltarem os resquícios da abertura de mercado e a consolidação das empresas sem fronteiras, com a descentralização dos processos de produção e a entrada de empresas em países subdesenvolvidos. Deflagra-se então uma infinidade de escândalos corporativos que vão desde sonegação de impostos nos países de origem – como Parmalat – até o uso de mão de obra escrava em países nos quais alocam a produção – como a Nike.

Apesar de serem diversas as mutações ocorridas na evolução da temática em questão, Carrol (1999) ressalta que o conceito de responsabilidade é o mesmo no passado e no presente. Para o autor, as mudanças ocorreram apenas nas questões enfrentadas pelas empresas e nas práticas de responsabilidade social, dada as mudanças na sociedade e na sua relação com as corporações.

A redefinição do papel das corporações a partir da relação frente à sociedade também tem encontrado vozes dissonantes. Para Friedman (1985) os negócios devem se limitar à geração de lucros para os acionistas.

Ultimamente um ponto de vista específico tem obtido cada vez maior aceitação – o de que altos funcionários das grandes empresas e os líderes trabalhistas têm uma responsabilidade social além dos serviços que devem prestar aos interesses de seus acionistas ou de seus membros. Este ponto de vista mostra uma concepção fundamentalmente errada do caráter e da natureza de uma economia livre. Em tal economia só há uma responsabilidade social do capital – usar seus recursos e dedicar-se a atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganar ou fraude (FRIEDMAN, 1985, p. 23).

Partindo do princípio da responsabilidade restrita dos ‘homens de negócio’ Friedman (1985) incorpora em seu argumento a indagação a respeito da legitimidade das corporações na definição do que seria interesse público:

Se os homens de negócios têm outra responsabilidade social que não obter o máximo de lucro para seus acionistas, como poderiam saber qual é ela? Podem os indivíduos saber o que é interesse social? Podem eles decidir que carga impor a si próprios e aos acionistas para servir ao interesse social? É tolerável que funções públicas sejam exercidas pelas pessoas que estão no momento dirigindo empresas particulares, escolhidas para estes postos por grupos estritamente privados? (FRIEDMAN, 1985, p. 23).

De acordo com Xavier e Maranhão (2010), não se trata aqui de um embate entre o que possa ser ou não de interesse dos ‘homens de negócio’, como assevera Friedman. Para os autores, estes interesses continuam preservados, entretanto, sob o manto da responsabilidade social, que tem se tornado cada vez mais legítimo e disseminado como estratégia, mesmo quando se fazendo valer de eufemismos personificadores e/ou reificados presentes no discurso das ‘organizações’.

4. Aspectos Metodológicos e a Construção Discursiva

O presente trabalho visa desvendar como o discurso das grandes empresas é articulado nos Balanços Sociais de forma a velar as mediações de segunda ordem e a destituição do sujeito. Com base no objetivo proposto, assumimos o caráter ontológico nominalista e epistemológico humanista (BURREL e MORGAN, 1979), fortalecidos pelo caráter intersubjetivo da pesquisa qualitativa, e pelo nosso posicionamento crítico frente ao objeto de pesquisa.

Neste estudo analisamos relatórios anuais referentes ao ano de 2009 de quatro empresas brasileiras do setor de mineração e siderurgia. A escolha do setor se deve pelo fato destas empresas serem suscetíveis a determinados níveis de cobrança no âmbito da dita ‘responsabilidade social’ devido à natureza de suas atividades, principalmente no que diz respeito ao meio ambiente.

Como referencial metodológico, utilizamos a Análise do Discurso (AD) com abordagem francesa. Nesta abordagem, o discurso é compreendido como um conjunto de temas e figuras que representa uma visão de mundo (FIORIN, 1988). Para isso, o discurso se direciona a duas concepções distintas: “aquela que ele defende e aquela em posição à qual ele se constrói”. Nele, ressoam duas vozes, dois pontos de vista” (FARIA, 2005, p. 257). É justamente nesta contraposição que o discurso se desenvolve em dois planos, o intradiscurso e o interdiscurso, ambos orientados pelo percurso semântico.

O intradiscurso é representado por elementos textuais ligados à visão de mundo que o discurso defende (CARRIERI *et al.*, 2006). No que diz respeito aos traços distintivos, possibilitam identificar a oposição de percursos semânticos, representados por figuras e temas presentes na formação discursiva (FARIA, 2005).

Quanto ao interdiscurso, se constitui por oposições de um discurso em relação aos demais discursos dentro de um mesmo universo discursivo, portanto, relacionando-se entre si (FIORIN, 1988). Faria (2005) ressalta que a principal categoria do interdiscurso é a oposição, ou antagonismo entre os discursos. De acordo com Maingueneau (2000), o interdiscurso pode ser visto em três instâncias: o universo discursivo, o campo discurso e o espaço discursivo. A primeira diz respeito ao conjunto de todos os discursos que se interagem em um determinado contexto. A segunda instância é o campo que o analista recorta, dentro do universo discursivo, para ser estudado. Dentro de cada campo discurso estão os espaços discursivos (terceira instância), nos quais os discursos mantêm relação de convergência ou divergência (FARIA, 2005).

Por considerar o discurso como algo que contém uma visão de mundo, portanto, imerso a cargas ideológicas, Faria e Linhares (1993) ressaltam que as estratégias de persuasão podem contribuir na compreensão dos traços subjacentes ao discurso. Segundo os autores, são quatro as principais estratégias de persuasão: a construção dos personagens no discurso e a relação destes com os personagens existentes; a seleção lexical; os conteúdos explícitos e implícitos e; o silenciamento sobre determinados temas.

A primeira estratégia visa a “actorialização ou dramatização do exposto pelo discurso do enunciador, suas funções e papéis” (CARRIERI et al., 2006, p. 49). Já a seleção lexical, tem o papel de diferenciar o enunciador das demais pessoas, além de possibilitar o uso de diversas figuras de linguagem representativas de um fato – neste caso, podendo sombrear a existência de personagens. Quanto ao discurso explícito, trata-se de tudo aquilo que está dito no texto, em que a responsabilidade recai sobre o enunciador. Já o implícito, requer maior poder de interpretação do destinatário, podendo se manifestar como implícitos, subtendido ou pressuposto. Por fim, tem-se o silenciamento, representando a recusa no tratamento a determinados temas, que podem ser indesejáveis ao enunciador.

5. Análise dos Balanços Sociais

Com o intuito de desvendar como o discurso das grandes empresas é articulado de forma a velar as mediações de segunda ordem e a destituição do sujeito, analisamos quatro Relatórios Anuais, publicados pelas maiores empresas do setor de mineração e siderurgia do Brasil e referentes às atividades do ano de 2009. As empresas são: Arcelor Mittal, Gerdau, Usiminas e Vale.

Primeiramente, destacamos aspectos do processo de enunciação desses relatórios, ou seja, a maneira pela qual seus conteúdos são veiculados (MAINGUENEAU, 2000). Todos os relatórios estão disponíveis nos *sites* das empresas. São facilmente encontrados nas sessões *investidores* ou *sustentabilidade*. Os formatos dos relatórios são notavelmente semelhantes: todos em arquivos do tipo *.pdf*, com visual sofisticado, padrões de cores que variam entre verde e azul e número médio de 99 páginas – sendo o maior com 141 e o menor com 54 páginas. Todos são ilustrados com fotos amplas. Logo no início, há fotos e assinaturas dos dirigentes, trajando ternos e gravatas. Ao longo dos relatórios, há também fotos de funcionários, trajando uniformes em seus locais de trabalho, fotos de paisagens naturais, das comunidades, das plantas industriais, de prédios e obras.

A partir dos aspectos gerais da enunciação, já é possível subentender o sentido implícito de que a ordem está mantida. Cada indivíduo aceita ocupar seu lugar na hierarquia corporativa e estão todos trabalhando para a manutenção do sistema. Sistema este que, por sua vez, movimenta a economia, preserva o meio ambiente e desenvolve as comunidades. Subentende-se ainda que os dirigentes corporativos não têm nada a esconder da sociedade. Pelo contrário, disponibilizam informações em belos relatórios.

Com relação ao plano do enunciado, ou seja, aos sentidos verbais contidos nos relatórios (MAINGUENEAU, 2000), continuamos a verificar características isomórficas. Em todas as publicações, o discurso é marcado pelo emprego da primeira pessoa do plural ou do nome da empresa enquanto sujeito da ação. O tempo verbal é o presente ou o pretérito perfeito do indicativo. Implicitamente, há a ideia de que nenhum indivíduo específico é responsável pela organização. Transfere-se a responsabilidade pelas ações a um sujeito coletivo ou à corporação enquanto figura antropomórfica, que possui valores e ética. Configura-se, portanto, na reificação de um sistema apolítico e ahistórico, que determina os papéis sociais

de cada indivíduo e no qual ninguém é sujeito de suas ações. As organizações reificadas se tornam entidades supra-humanas e indissolúveis.

Ao analisarmos os discursos com maior cuidado, observamos que, apesar de serem disponibilizados a todos nos *sites* das empresas, os relatórios contêm elementos discursivos que sinalizam o direcionamento para um público alvo mais restrito. Primeiramente, porque não são todos que possuem acesso à Internet e menor ainda é o número daqueles que sabem da existência desses relatórios, pois estes não são amplamente divulgados. O simples fato de alguns deles estarem contidos na sessão “investidores” dos *sites* já demonstra o público para o qual os relatórios se direcionam. Ademais, a seleção lexical é marcada pelo uso de jargões do discurso gerencial, como “governança”, “cadeia de valores”, “ativo”, “passivo” e “cultura organizacional”, e há muitos gráficos, tabelas e indicadores. Nesse sentido, subentendemos que a enunciação dos relatórios é direcionada a investidores, técnicos e especialistas interessados em informações financeiras e gerenciais das empresas.

Inseridos na formação discursiva capitalista, os enunciados dos relatórios são permeados pelo percurso semântico da sustentabilidade, ou seja, pela ideia de que as empresas devem, além de gerar lucros, assumir funções extraeconômicas para manutenção da ordem e, dessa forma, garantir sua própria legitimidade e continuidade.

Uma empresa só é socialmente sancionável quando compatibiliza a geração de valor econômico com a geração de **valor social**. (Usiminas)

Prezamos a ética nos negócios, o respeito ao meio ambiente e a qualidade de vida nos **territórios** onde atuamos. Buscamos contribuir para a construção de um **legado positivo** para as gerações futuras. (Vale)

A Gerdau é uma empresa com foco em siderurgia, que busca satisfazer as necessidades dos clientes e criar valor para os acionistas, comprometida com a realização das pessoas e com o **desenvolvimento sustentado da sociedade**. (Gerdau)

No primeiro trecho, verificamos explicitamente a relação direta entre a legitimidade das empresas e as ações de sustentabilidade. Notamos, entretanto, o silenciamento quanto à definição da expressão *valor social*. Implicitamente, pressupomos que o objetivo maior da empresa capitalista é a geração de valor econômico, contudo a mesma encontra-se condicionada à sanção social. No segundo trecho, destacamos o uso do vocábulo *territórios*, como sinalizador da existência de relações de poder na ocupação do espaço. Enquanto espaços circunscritos, subentendemos que há o interesse em empreender ações de sustentabilidade somente nos territórios onde a empresa Vale atua. O discurso da sustentabilidade novamente se encontra atrelado ao tema da legitimidade social, conforme implícito na expressão *legado positivo*. Por fim, o terceiro trecho reproduz o discurso da sustentabilidade, pois permite a pressuposição de que o foco na siderurgia, a satisfação dos clientes, a criação de valor aos acionistas e a realização das pessoas são resultados compatíveis. A expressão *desenvolvimento sustentado da sociedade* sintetiza a ideia de harmonia entre os objetivos de diferentes grupos. Dessa forma, verificamos que o discurso da sustentabilidade perpetua mediações de segunda ordem ao omitir as diferenças de interesses e a existência de classes sociais.

Dentro do percurso semântico da sustentabilidade, o primeiro tema que ganha destaque nos relatórios é o desempenho nos negócios. Subentendemos que este é naturalmente o tema mais relevante ao público alvo das publicações.

O **lucro líquido** foi de US\$ 5,3 bilhões, contra US\$ 13,2 bilhões em 2008, o que permitiu totalizar uma remuneração aos **acionistas** de US\$ 2,75 bilhões. (Vale)

Conseguimos chegar aos 108 anos de existência com **lucro líquido** em todos os exercícios. (Gerdau)

Estes dois trechos ilustram a forma como o tema do desempenho nos negócios é abordado nos relatórios. O lucro ganha o sentido de indicador do sucesso de gestão das empresas. As relações de exploração e de apropriação da mais valia, das quais o lucro é decorrente, são omitidas. Assim, o lucro se naturaliza. A palavra se torna mais um indicador contábil e ganha uma série de variações *lucro líquido*, *lucro bruto*, *lucro presumido*, entre outras. Contudo, as diferenças na distribuição dos lucros continuam explícitas na personagem dos *acionistas*, cujas identidades são omitidas. Além do tema do lucro, destacamos no segundo trecho o sentido semântico do uso da primeira pessoa do plural ao se reportar à idade da empresa. Torna-se claro que a primeira pessoa do plural denota um sujeito coletivo abstrato, já que nenhum funcionário possui a idade de 108 anos.

Atrelado ao tema do desempenho dos negócios, está o tema da governança corporativa.

O Conselho de Administração (...) está composto atualmente por 8 (oito) membros eleitos na Assembléia Geral Ordinária realizada em 30 de abril de 2009 (...) Além de estabelecer diretrizes estratégicas e acompanhar o desenvolvimento dos negócios, os conselheiros têm como atribuições eleger os diretores, escolher e destituir os auditores independentes, supervisionar a administração da Companhia e deliberar sobre a destinação do lucro do exercício, dentre outras, conforme previsão do Estatuto Social, em seu artigo 14. (Arcelor)

O Conselho de Administração é figura central no tema da governança corporativa e apresenta formato semelhante em todas as empresas analisadas. Observamos que, ao mesmo tempo em que seus membros são escolhidos pelos acionistas – personagens implícitas na expressão *Assembléia Geral* – eles detêm o poder de deliberar sobre as práticas gerenciais das empresas e sobre a distribuição de seus lucros. Ao separar em duas entidades distintas os detentores do capital e os gestores técnicos, podemos afirmar que as práticas de governança corporativa também corroboram as mediações de segunda ordem, na medida em que pulverizam as responsabilidades pelas ações corporativas, despersonificam a figura do capital e despolitizam a gestão.

O tema da política somente aparece nos relatórios, colocando as empresas enquanto sujeitos coletivos das ações políticas.

Em 2010, pretende-se ampliar a participação em entidades representativas do setor e **estreitar o relacionamento** no Legislativo e Executivo das diversas Esferas de governo, **atuando** mais **proativamente** (Usiminas).

Considerando que a mineração é um setor fortemente regulado, nossa **atuação** é voltada a **assegurar** que nossos **pontos de vista** sejam compreendidos e considerados nos processos de formulação de políticas públicas (Vale).

A questão política está implícita nos dois trechos destacados. O Estado é a figura detentora de poder para facilitar ou dificultar a lucratividade das empresas. O relacionamento com ele é implicitamente definido como de negociação e barganha, subentendido a partir das expressões

estretar o relacionamento e assegurar pontos de vista. Nesse sentido, em ambos os trechos, descrevem-se práticas empreendidas pelo corpo gerencial das empresas em prol da defesa de interesses econômicos no âmbito estatal. O papel ativo dessas práticas encontra-se explícito no advérbio *proativamente* e no verbo *atuar*.

Em contrapartida, no tema da gestão social, a esfera política é silenciada.

Além dos mecanismos diretos e indiretos de **distribuição de riquezas**, como pagamento de impostos, salários e benefícios, compra de produtos e serviços, realizamos **investimentos sociais** em projetos que trazem benefícios para a **comunidade local**. (Vale)

No trecho, o tema da gestão social está implícito na expressão *distribuição de riquezas*. Podemos inferir que a distribuição de riquezas seria inerente à atuação econômica das empresas, havendo um interdiscurso com as ideias de Friedman (1985). Apesar da desigualdade na distribuição de riquezas ser explicitada no tema do desempenho dos negócios, ao se tratar da distribuição dos lucros aos acionistas, neste ponto, ela é silenciada. Silencia-se ainda sobre o fato de que reside na desigualdade de distribuição a raiz dos problemas sociais. A gestão social está ainda presente na expressão *investimentos sociais*, que seriam ações empreendidas pela empresa que iriam além de suas atribuições. Os beneficiários de tais ações seriam os habitantes das comunidades onde a empresa Vale atua, representados pela expressão *comunidade local*. Podemos pressupor que as demais comunidades não recebem os mesmos investimentos.

Com a criação da área de Relação com a Comunidade, o **relacionamento** deixou de ser personificado e passou a ser **institucional e sistematizado**, baseado em um **processo estruturado** de seleção de projetos. Em seguida, foi elaborada a **norma de patrocínio** da Empresa e desenvolvida a **política de uso dos recursos**. (Usiminas)

Os recursos são direcionados após apurada **análise técnica** dos projetos para posterior definição do Comitê de Cultura, grupo de trabalho composto por representantes de várias Companhias do Grupo, aos quais cabe determinar as melhores opções de investimento nessa área, ao mesmo tempo em que asseguram mais **transparência** a todo o processo. Além disso, todas as aplicações envolveram ações alinhadas ao direcionamento da **Arcelor Foundation**. (Arcelor)

Nos dois trechos destacados, estão descritas as formas como os projetos de gestão social são selecionados pelas empresas. A despolitização da seleção está implícita na ênfase dada à técnica e à sistematização dos processos, explícita nas expressões *relacionamento institucional e sistematizado*, *processo estruturado*, *norma de patrocínio*, *política de uso dos recursos*, *análise técnica* e *transparência*. Por detrás do tecnicismo, tais procedimentos são definidos internamente segundo as prioridades do corpo gerencial das empresas e não são discutidos amplamente com a sociedade. A figura da *Arcelor Foundation*, por exemplo, é quem recebe a responsabilidade por definir o direcionamento das ações sociais. Contudo, trata-se de um órgão institucional diretamente vinculado à empresa Arcelor. Contraditoriamente, a grande maioria dos recursos empregados nas práticas de gestão social é proveniente de fontes públicas por meio de incentivos fiscais, o que se encontra explícito nas demonstrações financeiras das empresas.

Em algumas passagens, o tema da gestão social encontra-se explicitamente condicionado ao tema da gestão financeira.

Ao longo do ano, adotamos uma série de ações para assegurar a saúde financeira de nossos negócios no curto e no longo prazos. Em determinados períodos, isso envolveu a **reestruturação** da nossa empresa e da força de trabalho. (Vale)

A perspectiva para 2010, no entanto, é de que os financiamentos sejam **readequados**, devido aos resultados de 2009, impactados pela crise. (Usiminas)

Durante o ano de 2009, todas as empresas analisadas passaram por dificuldades financeiras devido ao cenário de crise internacional. A manutenção da lucratividade levou à demissão de funcionários e ao corte de investimentos na área social. Tais ações encontram-se explícitas em eufemismos como *reestruturação* e *readequação*. Nesses momentos, as práticas discursivas revelam quais são as prioridades das empresas. Contudo, observamos que, partindo-se do discurso da sustentabilidade, a revelação de tais prioridades não são colocadas como contradições discursivas. São naturalizadas, como se todos estivessem interessados na lucratividade das empresas, já que estas são responsáveis pela geração de empregos e pela gestão dos investimentos sociais. Dessa forma, silencia-se mais uma vez sobre o fato de que a própria atuação das empresas é que está na raiz das desigualdades e dos problemas sociais. Este silenciamento no discurso da sustentabilidade e da responsabilidade social guarda o principal mecanismo de manutenção das mediações de segunda ordem.

No tema da gestão ambiental, a responsabilidade pelos problemas é reconhecida mais claramente pelo corpo gerencial das empresas.

Possuímos diversos programas e ferramentas, nas nossas diferentes áreas e regiões de atuação, para **gerenciar os impactos** socioambientais decorrentes de nossas atividades. (Vale)

A Gerdau adota práticas sustentáveis e investe, todos os anos, em ações para **reduzir o impacto** de sua atividade industrial no meio ambiente. (Gerdau)

Em ambos os trechos destacados, encontramos explícita a ideia de que a atuação das empresas gera impactos ambientais. O tema da gestão ambiental gira em torno das ações que visam minimizar tais impactos. Tais ações estão explícitas nos trechos, por meio dos verbos *gerenciar* e *reduzir*. Pressupomos, todavia, que os impactos, mesmo que reduzidos, continuarão a existir. Em outras passagens nos relatórios, observamos as conseqüências desses impactos, por meio da contabilização de multas ambientais.

A análise do tema da gestão ambiental nos permite também apontar contradições inerentes ao sistema capitalista e ao discurso da sustentabilidade.

Ao utilizar sucata ferrosa em seu processo produtivo, a Gerdau também reduz o uso de energia necessária no **processo de produção** de aço e, conseqüentemente, as **emissões de CO2**. (Gerdau)

O ano de 2010 deverá ser positivo para o segmento de aços longos especiais, com a continuidade do bom momento da **indústria automotiva** brasileira e da retomada dos mercados dos Estados Unidos e Espanha. (Gerdau)

Os trechos acima, retirados de passagens distintas do relatório da empresa Gerdau, ilustram a contradição do tema da gestão ambiental e do percurso da sustentabilidade de forma geral. Ao mesmo tempo em que a empresa declara-se explicitamente comprometida com a redução da emissão de CO₂ em seus processos produtivos, coloca-se também explicitamente sua dependência financeira em relação à indústria automotiva. A contradição de tais práticas discursivas é subentendida a partir do fato de que os automóveis contribuem significativamente para as emissões de CO₂ na atmosfera.

A partir da análise dos Relatórios Anuais corporativos, destacamos as principais estratégias persuasivas no sentido de sustentar o discurso da sustentabilidade e manter as mediações de segunda ordem, garantindo assim a manutenção da ordem. O discurso corporativo se constrói a partir de seis pilares: sujeito coletivo abstrato e protagonista das práticas corporativas, despersonalização do capital, tecnicismo da gestão, despolitização dos investimentos socioculturais, omissão das classes sociais e omissão da raiz dos problemas socioambientais. Dessa forma, o sistema capitalista é colocado como alternativa única e suas contradições são escamoteadas.

6. Conclusões

Este trabalho tem por objetivo desvendar como o discurso das grandes empresas é articulado nos balanços sociais de forma a velar as mediações de segunda ordem e a destituição do sujeito. A partir das análises discursivas dos Relatórios Anuais, podemos concluir que as mediações de segunda ordem na apropriação social se dão, fundamentalmente, nos processos de despolitização das questões sociais, na naturalização do lucro e nos processos de reificação.

Os mecanismos de despolitização podem ser observados sob diversas nuances, se manifestando no antropomorfismo da figura da empresa que possui valores éticos, na tentativa de dissolução dos interesses de classes com o discurso ‘oficial’, na apropriação privada de demandas públicas, etc. Entretanto, pano de fundo comum é a ordem que se tenta estabelecer a fim de se velar os elementos que dão origem às dissonâncias. Esta manutenção da ordem pode ser vista no recurso imagético do executivo que assina o relatório e no operário vestido com jalecos no chão de fábrica, ou na comunidade de entorno. A ordem aqui mantida remete ao bom funcionamento do sistema, e ao mesmo tempo dá subsídios e legitima as ações de ‘responsabilidade social’.

É este o ponto nevrálgico da ordem como mediação, uma vez que seu caráter estático e natural suaviza as tensões existentes no sistema que privilegia o capital, ao passo em que este se coloca como mantenedor dos interesses da sociedade. Neste mesmo sentido, há de se ressaltar o relacionamento de barganha frente ao Estado, bem como a participação da esfera pública na gestão dita social, sinalizando novamente para uma mediação do que seria público pelo privado.

A objetivação do trabalho e conseqüente desefetivação do trabalhador é refletida na assunção do lucro como condição *sine qua non* das atividades empresariais. Quando do embate entre a manutenção do lucro e a manutenção dos investimentos em questões ‘sociais’, devido à referida condição do lucro, torna-se necessário aos gestores enfraquecer questionamentos acerca da legitimidade das ações das empresas, sendo a naturalização do lucro via comumente utilizada para afastar qualquer possibilidade de politização das discussões.

O lucro se caracteriza nos discursos contidos nos balanços tanto pelo seu caráter explícito, seja pela enunciação aos acionistas, seja pela sua primazia frente a possíveis demissões, sustentabilidade precedida de ganhos econômicos e outros. Fortalece-se quando emerge o

tema desempenho nos negócios, o qual omite a mais valia, mantenedora da ordem e geradora das dissonâncias. Ao distanciar o ser social das causas de seus problemas e dos resultados que o trabalho gera, os discursos analisados nos permitem evocar aqui um duplo caráter de mediação. O primeiro, por se permitir equilibrar a necessidade de geração do lucro e a vicissitude de se investir em demandas que julgam ser sociais. O segundo caráter de mediação está na própria condição de explicitar a desefetivação do ser com vistas a fortalecer o caráter objetivo do trabalho – o lucro.

Por fim, ressaltamos os processos de reificação como mecanismo discursivo de mediação de segunda ordem. Os processos de reificação atomizam a participação dos sujeitos ordinários nas decisões, bem como isentam de responsabilidade os sujeitos que decidem as políticas dentro da empresa. A empresa como entidade, surge como uma neblina que dificulta enxergar a origem e a causa dos problemas que o próprio capital tenta sanar, acelerando o distanciamento do homem frente à sociedade. Neste prisma, o silenciamento sobre o processo do trabalho, ao isentar as pessoas que tomam determinadas decisões, reforça o caráter de estranhamento do trabalhador, dado que a empresa se personifica no discurso enunciado.

Internamente, as fissuras são escamoteadas com o uso lexical que remete a unidade, como a recorrência ao ‘nós’ ou à palavra organização, dando ideia de simetria. Externamente, projeta-se a imagem da empresa como um ser social que possui ética e moral, pronto a atender aos interesses da sociedade da qual faz parte. Em ambos os casos, o ponto de encontro se dá nos anseios de manter a ordem e a estaticidade das relações com seus pares, eximindo os sujeitos da possibilidade de autonomia com o uso do discurso coletivo.

7. Referências Bibliográficas

- ADORNO, T; HORKHEIMER, M. *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ALVES, G. *A Condição de Proletariado: a precariedade do trabalho no capitalismo global*. Londrina: Práxis, 2009.
- BORGER, G. F. *Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. Tese de Doutorado Apresentada à Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. São Paulo, FEA/USP, 2001.
- BOWEN, H. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, 1995.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. *Sociological paradigms and organizational analysis*. London: Heinemann, 1979.
- CARRIERI, A. P.; LEITE-DA-SILVA, A. R.; SOUZA, M. M. P.; PIMENTEL, T. D. Contribuição da Análise do Discurso para os Estudos Organizacionais. *Economia e Gestão*. v.6, n.12, 2006.
- CARROLL, A. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business and Society*, n. 38, p. 268-295, 1999.
- DUPAS, G. *Atores e poderes na nova ordem global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação*. São Paulo: UNESP, 2005.
- ENRIQUEZ, E. Os desafios éticos nas organizações modernas. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo, v.37, n.2, p. 6-17, Abr./Jan. 1997.
- FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A Responsabilidade social é uma questão de estratégia? *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro, 42(1), jan/fev, p. 07-33, 2008.

- FARIA, A. A. M. Aspectos lingüísticos de discursos ficcionais sobre trabalhadores: os casos de Germinal e Morro Velho. In: Renato de Mello. (Org.). *Análise do discurso e literatura*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, v. 1, p. 255-277, 2005.
- FARIA, A. A. M.; LINHARES, P. T. F. S. O preço da passagem no discurso de uma empresa de ônibus. In: MACHADO, I. L. (Org.). *Análises de discursos: sedução e persuasão*. Belo Horizonte: NAPq Fale/UFMG, 1993.
- FIORIN, J. L. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1988.
- FRIEDMAN, M. *Capitalismo e Liberdade*. 2 ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- GUILHOT, N. *Financiers, philanthropers: vocation éthique et production du capital à Wall Street depuis 1970*. Paris: Raison d'Agir, 2004.
- KREITLON, M. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPAD. 28., Curitiba, 2004. *Anais do XXVIII EnANPAD*. Curitiba: Anpad, 2004.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes, 2000.
- MARX, K. *Manuscritos Econômicos-Filosóficos*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- MARX, K. *O Capital: crítica de economia política*. São Paulo: Nova Cultural, v.1, livro 1, 1985.
- MÉSZÁROS, I. *A Teoria da Alienação em Marx*. São Paulo: Boitempo, 2006.
- MÉSZÁROS, I. *Para Além do Capital: rumo a uma teoria da transição*. São Paulo: Boitempo, 2002.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. *Lei Rouanet*. Disponível em <http://www2.cultura.gov.br/scripts/noticia.idc?codigo=1577>. Acesso em 20/05/2007.
- SOARES, G. M. P. Responsabilidade Social Corporativa: por uma boa causa!? *RAE Eletrônica*. São Paulo, v.3, n. 2, jul/dez, 2004.
- XAVIER, W. S.; MARANHÃO, C. M. S. A. Responsabilidade Social: a privatização do público. *Organização & Sociedade*. Salvador, v. 17, n. 53, p. 297-309, 2010.

ⁱ Grifos nossos.