

# A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL DO PONTO DE VISTA DA ANÁLISE DO DISCURSO: UM BREVE APANHADO

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FROM THE PERSPECTIVE OF DISCOURSE ANALYSIS: A BRIEF OVERVIEW

Magno Geraldo de Aquino<sup>1</sup>

AQUINO, M. G. de. A responsabilidade social empresarial do ponto de vista da análise do discurso: um breve apanhado. **Akrópolis** Umuarama, v. 20, n. 3, p. 179-185, jul./dez. 2012.

**RESUMO:** O presente trabalho constitui uma breve reflexão sobre o sentido da Responsabilidade Social no discurso empresarial, tendo como perspectiva a Análise do Discurso. Buscou-se refletir, sob o crivo da Análise do Discurso, sobre as questões que emergem no discurso sobre a Responsabilidade Social Empresarial em um suposto projeto de sociedade, no que se refere aos efeitos da aplicação das leis que, por sua vez, encobrem o não cumprimento através da premissa da Responsabilidade Social dos direitos adquiridos do trabalhador, da proteção ambiental e da promoção do bem-estar social. Enfim, destaca-se que a formação ideológica capitalista encontra no discurso das empresas uma forma de exercer a sua contradição, simulando situações de liberdade e de participação num processo quase sempre de dominação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social; Análise do discurso; Bakhtin.

<sup>1</sup>Mestre em Educação, Mestrando em Administração (DAE/UFLA – Universidade Federal de Lavras)

**ABSTRACT:** This paper is a brief reflection on the meaning of social responsibility in business discourse, with the prospect Discourse Analysis. Reflections were under the scrutiny of discourse analysis on the issues that emerge in the dialogue on Corporate Social Responsibility in a supposed project of society, with regard to the application of the laws which, in turn, hid failure by the premise of social Responsibility acquired rights of workers, environmental protection and the promotion of social welfare. Finally, it is emphasized that the training meets the ideological discourse of capitalist enterprises a way to exercise their contradiction, simulating situations of freedom and participation in a process of domination often.

**KEYWORDS:** Social Responsibility; Discourse analysis; Bakhtin.

Recebido em maio de 2012  
Aceito em agosto de 2012

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho constitui uma breve reflexão sobre o sentido da Responsabilidade Social no discurso empresarial, tendo como perspectiva a Análise do Discurso, segundo a concepção de Bakhtin. Espera-se com este trabalho permitir o desenvolvimento e amadurecimento de nossa percepção e reflexão sobre processos discursivos para, enfim, identificarmos no funcionamento do discurso da Responsabilidade Social os outros discursos que, quase sempre, não aparecem na formação discursiva, mas que produzindo sentido, permite que o discurso cumpra sua função como prática social.

O desenvolvimento de nossa acuidade perceptiva e reflexiva sobre processos discursivos podem nos conduzir à compreensão dos diversos efeitos de sentido que são produzidos pela temática da Responsabilidade Social no âmbito empresarial. Isso nos permite, por sua vez, observar na estrutura do discurso a emergência de evidências da participação da empresa em um suposto projeto de sociedade, mas que, no próprio processo discursivo, se percebem deslocados os efeitos da aplicação das leis para aqueles da Responsabilidade Social. Busca-se, assim, refletir sobre a relação entre o que a empresa supostamente expressa como sendo ações de Responsabilidade Social e o que, em verdade, é considerado uma obrigatoriedade prevista em lei, como direitos adquiridos do trabalhador, proteção ambiental e promoção do bem-estar social.

Parte-se do entendimento de que as práticas das empresas, em relação à Responsabilidade Social, podem, muitas vezes, se revestir em comportamentos em que se percebe como “negação” de direitos previstos e conquistados, e que, como forma de encobrir esse “aparato” distribuem-se “compensações” em forma de benefícios (AMARAL, 2004), seja para o empregado, para a sociedade ou, numa dimensão mais ampla, ao meio ambiente. Enfim, as compensações dadas pelas empresas são, em verdade, direitos e/ou disposições antes adquiridos em forma da lei.

Nessa perspectiva, a compreensão do discurso da Responsabilidade Social, como visto em muitos discursos de diretores de empresas, implica em considerações, ainda que mais básicas, de elementos de importância como o dialogismo e a polifonia.

## CONSIDERAÇÕES SOBRE A ANÁLISE DO DISCURSO

O objeto de estudo da Análise do Discurso é o próprio discurso. Orlandi (1999) considera o processo do discurso como a ligação entre os fenômenos linguísticos e os fenômenos sócio-históricos. Nessa perspectiva, o discurso pode ser compreendido como o espaço de trocas entre as vozes sociais em conflito, em que marcam distintas posições ideológicas na realidade social (CAMARGO, 2009).

Para Bakhtin (1995), nenhuma palavra é exclusividade de um sujeito apenas. Afinal, sua significação não pode ser considerada como uma produção individual. A palavra carrega sempre a perspectiva de outra voz. Essa outra voz pode ser representada seja por pessoas como por coisas, que influencia e condiciona o discurso do sujeito. Assim surge a noção de polifonia, que traduz a ideia de que o discurso de um sujeito é sempre permeado de influências externas, pelo discurso de outros (CAMARGO, 2009).

O discurso é sempre considerado como um produto ideológico. O discurso é, assim, o entrelaçamento do sujeito com o contexto histórico e social a que pertence, de tal forma que não se pode isolar do contexto o pensamento, o sujeito e as condições de sua produção. O complexo histórico-social é determinante do pensamento (FERNANDES, 2005). Assim, considera-se que o ponto de partida da análise do discurso é o próprio discurso. Discurso este constituído de elementos da língua e de elementos da história. Toma-se, portanto, esse entrelaçamento entre língua e história, como produtor da realidade, que por sua vez, torna-se como objeto de estudo.

A análise do discurso consiste, nessa perspectiva, na interpretação do que é dito e sua relação com a situação concreta em que fora produzido. O discurso é, assim, uma articulação de processos que se desenvolvem de variadas formas, em determinadas condições histórico-sociais (AMARAL, 2004).

A análise do discurso permite trabalhar na busca dos processos de produção do sentido e de suas determinações histórico-sociais. Esse ponto implica o reconhecimento de que há uma historicidade inscrita na linguagem que não nos permite pensar na existência de um sentido literal, e nem mesmo que o sentido possa ser qualquer um, já que toda interpretação é regida

por condições de produção.

A análise do discurso propõe, portanto, um deslocamento das noções de linguagem e sujeito que se dá a partir de um trabalho com a ideologia. Nessa perspectiva, passa-se a entender a linguagem como produção social, considerando-se a exterioridade como constitutiva. O sujeito, por sua vez, deixa de ser o centro e a origem do seu discurso e passa a ser entendido como uma construção polifônica, ou um lugar de significação historicamente constituída (AMARAL, 2004).

Considera-se a linguagem como uma prática sócio-histórica que reflete o significado das relações entre o homem, a natureza e a sociedade, marcada pelo conceito de social e histórico. Segundo Orlandi (1999), as palavras simples do cotidiano chegam-nos carregadas de sentido. Sentidos que não se sabe como se constituíram, mas que significam algo.

O objetivo principal da análise do discurso é compreender a língua, tratando-a como método de significação. Dessa forma, é possível perceber por meio das marcas inscritas no discurso o seu processo histórico-social de construção de sentidos e os efeitos de sentidos presentes no discurso. A heterogeneidade considerada no discurso apresenta marcas da presença do outro na corrente discursiva. A presença do outro se manifesta ao longo do discurso e pode ser resgatada explicitamente pela análise.

O diálogo, na perspectiva de Bakhtin, pode ser entendido como interação verbal entre enunciador e enunciatário. Este é um conceito que faz parte da teoria do dialogismo que se refere às relações entre os sujeitos nos processos discursivos e também ao permanente diálogo entre os diversos discursos que configuram uma sociedade (BAKHTIN, 1995).

Para Bakhtin (1995), a linguagem é dialógica por natureza porque ser significa comunicar-se; portanto, o dialogismo é o princípio constitutivo da linguagem e da condição do sentido do discurso. A linguagem é dialógica e complexa, pois expressa historicamente o uso das relações de diálogo do discurso. A palavra é sempre perpassada pela palavra do outro, significando que o enunciador, ao construir o seu discurso, leva em consideração o discurso do outro que sempre está presente no seu (AMARAL, 2004).

Segundo Bakhtin (2003), dialogismo é definido como o processo de interação entre textos que ocorre na polifonia; tanto na escrita

como na leitura, o texto não é visto isoladamente, mas sim correlacionado com outros discursos. Dialogismo é, assim, uma referência ou uma incorporação de um elemento discursivo a outro, podendo-se reconhecê-lo quando um autor constrói a sua obra com referências a textos, imagens ou a sons de outras obras e autores e até por si mesmo, como uma forma de reverência, de complemento e de elaboração do nexos e sentido deste texto.

O discurso não é individual tanto pelo fato de que ele se constrói ao menos entre dois interlocutores, como pelo fato de que ele também se constrói como um diálogo entre discursos, mantendo uma relação dialógica com outros discursos em caráter duradouro, de modo a configurar uma sociedade (BARROS E FIORIN, 1994).

Como a realidade é heterogênea, o sujeito não absorve apenas uma voz social, mas várias. Portanto, o sujeito é constitutivamente dialógico. Seu mundo interior é constituído de diferentes vozes em relações de concordância ou discordância.

Todo enunciado está sujeito a um regime discursivo: certas coisas são ditas e outras não. Assim, o enunciado é um lugar de conflito, de embate, e não de interação harmônica. A escrita, portanto, é um lugar de domínio do outro, e como tal existem diversas maneiras de se transmitir a "fala" do outro dentro de um discurso próprio (BARROS E FIORIN, 1994).

Ligada ao dialogismo e norteadas na teoria de Bakhtin, está a polifonia, que nos leva a perceber a impossibilidade de analisar as palavras como se fossem signos neutros, já que elas são afetadas pelos conflitos históricos e sociais que sofrem os falantes de uma língua e, por isso, permanecem impregnadas de suas vozes, seus valores, seus desejos. A polifonia remete a outras vozes que condicionam o discurso do sujeito.

O discurso é uma marca de heterogeneidade ou polifonia. Bakhtin (2003) define polifonia como uma interação de várias perspectivas individuais e sociais representando diferentes vozes e estilos entrelaçados no texto: o discurso do autor, os discursos das personagens e ainda as vozes sociais em suas diferentes correlações. Tudo isso sugere a existência de uma interdependência da linguagem do eu com o discurso do outro. Com isso, define-se a expressão do indivíduo como produto de várias vozes interli-

gadas (BARROS E FIORIN, 1994).

O discurso permite introduzir em seu próprio discurso outros discursos. Bakhtin (1995) argumenta que o discurso citado é o discurso no discurso, visto pelo falante como a fala de outra pessoa, relatada na origem, dotada de uma construção completa e situada fora do contexto.

O analista tem, portanto, como objetivo analisar as vozes que estão impregnadas no discurso, na interação dos discursos mesmo que essas vozes não estejam implícitas, mas que seja ponto de partida para o sujeito se constituir e mostrar sua criatividade.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL

O discurso sobre a Responsabilidade Social é passível de ser analisado sob as premissas teóricas expostas acima, analisando-se quais as circunstâncias que, direta ou indiretamente, exerceram influência no discurso no que se refere aos processos de contratação de empregados e ao desenvolvimento da empresa, no cumprimento da lei.

Uma série de mudanças quanto ao papel e ao nível de interferência do Estado na economia e na sociedade vem acontecendo no cenário mundial. Este fato, juntamente com o incremento na riqueza gerada pelas empresas privadas, vem gerando inúmeras discussões a respeito do papel das organizações privadas em questões de interesse público, apontando a importância de se atuar de forma socialmente responsável (CAMARGO, 2010).

No entanto, como afirma Camargo (2010), se parece óbvio que as empresas deveriam fazê-lo, não há igual consenso quanto àquilo que de fato constitui uma postura de Responsabilidade Social corporativa. Existe a dificuldade em se definir quais seriam os fins e valores adequados a cada sociedade e, por conseguinte, quais as linhas de ação a serem empreendidas pelas empresas.

Segundo Camargo (2009), há dois enfoques principais acerca da Responsabilidade Social. A visão econômica clássica, que postula que a empresa socialmente responsável é aquela que busca sempre responder às expectativas de seus próprios acionistas, maximizando o lucro. Nessa perspectiva, questiona-se a existência da Responsabilidade Social corporativa, argumentando que, numa sociedade democrática, o Governo é o único veículo legítimo para tratar

de questões sociais.

Segundo Serpa e Fourneau (2007), a visão socioeconômica que defende o papel da organização na promoção do bem-estar social, com objetivos mais amplos do que a obtenção de lucros corporativos e geração de empregos sem, contudo, ignorá-los. Alguns de seus princípios são: foco nos lucros de longo prazo para o negócio; obtenção de melhor imagem junto à sociedade e menor regulamentação governamental para o negócio; incorporação de maiores obrigações sociais para o negócio; promoção de melhor ambiente para todos (CAMARGO, 2009).

De acordo com essa segunda abordagem, a empresa estará cumprindo sua Responsabilidade Social na medida em que proporcionar uma melhora nas condições de vida da sociedade (SERPA e FOURNEAU, 2007).

Observando essas duas visões de forma integrada, pode-se observar que os adeptos de ambas as correntes consideram que para as empresas, na prática, a busca de um resultado positivo é uma questão de sobrevivência. É a sobrevivência da empresa que garante o atendimento dos interesses de seus acionistas e empregados, sendo condição necessária para pensar na realização de investimentos em atividades que favoreçam os demais interessados, de forma mais ampla (CAMARGO, 2009).

É importante ressaltar que beneficiar os demais interessados não inclui somente ações que envolvam gastos extras, tais como doações a causas filantrópicas, por exemplo. Pagar os impostos devidos, por exemplo, bem como divulgar seu produto sem utilização de propaganda enganosa são, igualmente, atitudes que beneficiam a sociedade como um todo.

Serpa e Fourneau (2007) consideram que a Responsabilidade Social engloba toda e qualquer ação da empresa que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, não somente de seus empregados.

As empresas têm grande importância na sociedade, considerando que as decisões empresariais têm amplas consequências sociais e que, portanto, não podem ser tomadas unicamente motivadas por fatores econômicos (FERREIRA, 2000). Este autor admite que a tomada de decisões pela empresa e a implementação de ações delas derivadas podem gerar custos. Estes custos, por sua vez, poderão ser assumidos pelos consumidores. Em outras palavras, os gastos com a implementação de práticas de

Responsabilidade Social corporativa podem ser adicionados ao preço final dos produtos ou serviços vendidos por estas empresas.

Para Ferreira (2000), uma empresa socialmente responsável mantém parceria efetiva com clientes e fornecedores, gerando produtos de qualidade e assegurando durabilidade, confiabilidade e preços competitivos. Nessa perspectiva, as organizações devem empreender ações que contribuam para o desenvolvimento da comunidade, via projetos que aumentem o seu bem-estar, além de investimentos em pesquisa tecnológica para inovar processos e produtos, visando a satisfazer melhor seus clientes. Tais organizações devem se preocupar com as questões que envolvem a conservação do meio ambiente, propondo ações de intervenção não predatória e de medidas que evitem consequências externas negativas da atividade da empresa.

Ademais, as empresas devem investir no desenvolvimento profissional dos trabalhadores e também em melhores condições de trabalho e em benefícios sociais. Na verdade, esse autor identifica três beneficiários das ações da empresa, além de seus clientes: a comunidade, o meio ambiente e o trabalhador, seja ele empregado da própria empresa, terceirizado ou temporário (SERPA e FOURNEAU, 2007).

Oliveira (1984) afirma que as ações socialmente responsáveis da empresa aumentam a produtividade no trabalho, criam maior motivação, autoestima e orgulho entre os funcionários. Ações que geram impacto positivo na empresa aprimoram a atmosfera de trabalho e determinam a melhoria significativa da qualidade de vida dos empregados.

No entanto, Oliveira (1984) afirma que a Responsabilidade Social corporativa pode ser vista de diferentes formas, seja como comportamento empresarial pautado na ética, seja como ações filantrópicas, ou como responsabilidade legal que a empresa deve ter.

Pode-se, por fim, afirmar que por Responsabilidade Social entende-se como uma postura e comportamento socialmente responsável da empresa, tanto no cumprimento de suas obrigações legais quanto no atendimento de necessidades sociais daqueles que participam direta ou indiretamente do processo produtivo, e de entorno social e comunitário.

A dimensão legal diz respeito ao cumprimento das leis e regulamentos estabelecidos

pelo governo para garantir padrões mínimos de conduta responsável por parte das empresas. No entanto, o que se discute é o fato de que o que as empresas afirmam serem ações de Responsabilidade Social são na verdade obrigações que as empresas têm a cumprir.

Segundo Amaral (2004), há algumas décadas o tema Responsabilidade Social corporativa vem sendo alvo de inúmeros debates no meio acadêmico e empresarial. Mais recentemente, observa-se, segundo o mesmo autor, uma transformação no próprio conceito de Responsabilidade Social: de uma concepção antes baseada na caridade e no altruísmo, para uma associação entre Responsabilidade Social e estratégia empresarial. Em outras palavras, atuar como organização transformadora da sociedade passou a ser considerado pelas empresas como importante fonte de vantagem competitiva.

A busca por uma atitude de Responsabilidade Social corporativa, intensificada a partir da década de noventa, fez surgir um campo de estudo amplo dentro da administração. Estudos nesta área partem do interesse em se entender como a percepção dos consumidores a respeito das empresas e de suas ofertas é formada e influenciada (SERPA e FOURNEAU, 2007), tendo como pano de fundo a Responsabilidade Social.

O discurso da Responsabilidade Social empresarial chama a atenção por ter se tornado onipresente na mídia e gerar ampla produção científica. Seu entendimento oscila entre a percepção de que se trata exclusivamente de uma ação de marketing até a de que se está diante de uma alteração efetiva no papel e no modo de atuar das empresas. Dentro da temática e objeto, Amaral (2004) buscou compreender como é formulado o discurso das empresas acerca da Responsabilidade Social.

Como destaca Paoli (2005), o discurso das empresas integra um embate marcado por disputas e convergências entre forças comprometidas prioritariamente com o mercado e forças engajadas em formas de participação democrática e afirmação de direitos. Tais forças atuam de diferentes formas nos diferentes conjuntos e atores sociais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Carrigan e Attalla (2001), as empresas enfrentam, muitas vezes, dificuldades para definir e praticar ações de Responsabili-

dade Social. Uma das razões apontadas pelos autores refere-se à dificuldade em decidir que interesse deve priorizar, e a quem se deve favorecer. O discurso da Responsabilidade Social pode favorecer à empresa, como uma estratégia de Marketing, pode favorecer ao empregado, tendo como princípio sua capacitação para o trabalho, pode favorecer à sociedade, contribuindo ao bem-estar social e pode favorecer ao meio ambiente, com ações sustentáveis que priorizam a proteção ambiental e o controle de poluentes. Enfim, independentemente do grupo priorizado, haverá sempre um elemento contraditório nas ações da empresa pelo simples fato de se priorizar um elemento e não a outro.

É nessa perspectiva que a Análise do Discurso emerge no cenário das ciências humanas na construção e desconstrução dos sentidos do texto, explorando contradições presentes no discurso. O discurso, por conseguinte, se afirma no dialogismo (BAKHTIN, 1995), ou seja, no encontro da produção discursiva de alguém para outro alguém portador de discurso convergente ou divergente. Deste modo, um discurso pode tangenciar o outro, assumindo novas configurações, expressando um coletivo, que é ideológica e politicamente implicado.

Entende-se, portanto, que a formação ideológica capitalista pode encontrar no discurso das empresas, não só sobre as questões que envolvem a Responsabilidade Social, uma forma de exercer a sua contradição, simulando situações de liberdade e de participação num processo quase sempre de dominação.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, M. Virgínia Borges. Trabalho alienado e responsabilidade social. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM SERVIÇO SOCIAL. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: ABEPSS, 2004.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BARROS, Diana L. P. de; FIORIN, José L. (Org.). **Dialogismo, polifonia e intertextualidade**: em torno de Bakhtin. São Paulo: EDUSP, 1994.
- CAMARGO, Ricardo Zagallo. Responsabilidade social das empresas: formações discursivas em confronto. 2009. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2009.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso**: reflexões introdutórias. São Carlos: Claraluz, 2005.
- FERREIRA, A. L. Responsabilidade social: aspectos menos visíveis de um caso de sucesso. In: ANAIS DO ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: 2000.
- GONDIM, Sônia Maria Guedes; FISCHER Tânia. O discurso, a análise de discurso e a metodologia do discurso do sujeito coletivo na gestão intercultural. **Cadernos Gestão Social**, v. 2, n. 1, 2009.
- ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.
- PAOLI, M. C. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, B. (Org.). **Democratizar a democracia**: os caminhos da democracia participativa. 3 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, p. 83-103, jul./set. 2007.

### RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO: UN BREVE RECOGIDO

**RESUMEN:** Este artículo constituye una breve reflexión sobre el sentido de la Responsabilidad Social en el discurso empresarial, teniendo como perspectiva el Análisis del Discurso. Se ha buscado reflejar, bajo el Análisis del Discurso, sobre las cuestiones que emergen en el discurso sobre la Responsabilidad Social Empresarial en un supuesto proyecto de sociedad, en lo que se refiere a los efectos de la aplicación de las leyes que, por su vez, encubren el no cumplimiento a través de la premisa de la Responsabilidad Social de

los derechos adquiridos del trabajador, de la protección ambiental y de la promoción del bienestar social. Por último, se destaca que la formación ideológica capitalista encuentra en el discurso de las empresas una forma de ejercer su contradicción, simulando situaciones de libertad y de participación en un proceso casi siempre de dominación.

**PALABRAS CLAVE:** Responsabilidad social; Análisis del discurso; Bakhtin.