



A dêixis no discurso sobre a responsabilidade social empresarial: o vínculo entre enunciado e enunciação

Laura Daniela Miranda de Queiroz e Fátima Cristina da Costa Pessoa*

Resumo: Este artigo apresenta alguns dos resultados obtidos em uma investigação em torno da relação polêmica que constitui a prática discursiva sobre responsabilidade social empresarial pela análise de traços linguísticos, como a seleção de verbos e sua articulação aos objetos de discurso a eles relacionados e aos adjuntos adverbiais que indicam os parâmetros das ações que referem, identificados nos manuais Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo (2003) e Indicadores Ethos-Sebrae e de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas (2012). Nos documentos, são prescritas ações-modelo atestadas como socialmente responsáveis que se propõem a orientar empresas a se promoverem no mercado competitivo. A materialidade linguística revela a coexistência de dois polos semânticos constituintes da prática discursiva sobre RSE, o da solidariedade e o da competitividade, numa relação em que ações solidárias serviriam, segundo os manuais, como meio de as empresas se tornarem mais competitivas. Investiga-se, portanto, a organização interna de um texto em relação com as determinações de uma ordem socio-histórica nos espaços institucionais. A análise da materialidade discursiva fundamenta-se nos postulados da Análise do Discurso de linha francesa sobre Prática Discursiva, Polêmica como interincompreensão, Cena de Enunciação, Semântica Global e Dêixis Discursiva.

Palavras-chave: prática discursiva, materialidade linguística, responsabilidade social empresarial, polêmica, dêixis discursiva

Introdução

Este artigo é parte de uma pesquisa maior que se dedicou à investigação das relações interdiscursivas constituintes do discurso acerca da responsabilidade social empresarial (RSE), por meio do qual se revelam valores característicos da conjuntura socioeconômica em vigor e posicionamentos sobre o lugar que atualmente as empresas reivindicam nesse contexto. Imeras nessa ordem socioeconômica, algumas instituições, como Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)¹ e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Empresarial², autodeclararam-se como espaços legítimos de orientação a micro e pequenas empresas (MPE) no processo de sua constituição, de sua legalização e no gerenciamento de seus negócios, elaborando materiais de finalidade pedagógica, tais como palestras, cursos presenciais e à distância, manuais, etc., que, entre outras funções, propõem-se a

auxiliar as MPE na adoção de posturas alinhadas a políticas de RSE. Todavia, entende-se que a tensão que se estabelece entre os polos de desenvolvimento econômico e de desenvolvimento social não se dissolve nos gestos de leitura da comunidade discursiva que gera e consome esses textos. Defende-se, então, a tese de que a conciliação de interesses capitalistas com ações de solidariedade social demarca a constituição de uma relação polêmica entre formações discursivas (FD) de solidariedade e de competitividade, constituinte do discurso sobre RSE. Em outras palavras, postula-se que esse envolvimento social das empresas aparece em um espaço e tempo mais a serviço de interesses que favoreçam o espaço econômico ocupado por elas do que a serviço da solução de problemas sociais.

Entre os manuais elaborados pelas duas instituições, foram selecionados para compor os *corpora* da pesquisa dois documentos: o manual Responsabilidade

* Universidade Federal do Pará UFPA. Endereço para correspondência: { lauradm@ yahoo.com.br }.

¹ O Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas é uma entidade associativa de Direito Privado sem fins lucrativos, transformado em serviço social autônomo pelo Decreto nº. 99.570 de outubro de 1990.

² O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como Oscip (organização da sociedade civil de interesse público) e criada em 1998 por um grupo de empresários da iniciativa privada que, por meio da organização, se propuseram a orientar empresas a gerirem seus negócios sob a perspectiva da sustentabilidade.

Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo, publicado em 2003, e o Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas, publicado em 2012³. Enquanto práticas discursivas pedagógicas, os dois documentos compõem um rico material de investigação, por revelarem os posicionamentos de uma comunidade discursiva que busca ser hegemônica no espaço econômico, bem como por se constituírem de FD a partir das quais se constroem simulacros sobre a noção de solidariedade e sobre a noção do papel social do Outro nesse mesmo espaço, considerando-se que as orientações para as práticas solidárias, indicadas nos documentos, sustentam-se a serviço de metas competitivas das empresas que se pretendem promover no mundo dos negócios.

A fim de se investigar os fundamentos dessa tese, buscou-se destacar os enunciados que revelam a natureza polêmica das relações interdiscursivas que estão na base dos discursos sobre RSE. Com base nos conceitos de prática discursiva, cena de enunciação, semântica global e polêmica, postulados no arcabouço teórico de Dominique Maingueneau (1997; 2008a; 2008b), investiu-se na análise dos traços da materialidade linguística a fim de compreender o funcionamento discursivo acionado pelos recursos de expressão. Para Maingueneau (2008b), um procedimento de análise discursiva que se funda sobre uma semântica global integra os planos do enunciado e da enunciação. Na busca por empreender um percurso analítico alinhado a essa orientação teórico-metodológica, o recorte da pesquisa proposto para este artigo refere-se à discussão sobre a dêixis discursiva revelada pelos textos sob análise, considerada como o processo por meio do qual se estabelecem os sujeitos da enunciação, o tempo e o lugar ideológicos característicos do espaço discursivo que se investiga. Discute-se, então, o modo como a seleção de verbos por meio dos quais são defendidas as ações de RSE e sua articulação aos objetos de discurso a elas relacionados e aos adjuntos adverbiais que indicam os parâmetros dessas ações colocam-se a serviço da construção de uma cena de enunciação que aponta para a equidade social, para a responsabilidade social e ambiental, para relações éticas nas relações entre empresas e seus públicos, mas que não deixa, ao mesmo tempo, de revelar os conflitos latentes entre sujeitos cujos interesses relacionados à prática empresarial se sobrepõem e, por essa razão, só podem ser articulados por meio de simulacros. A investigação discursiva que ora se apresenta busca demonstrar que a organização interna de um texto não decorre unicamente de uma possível liberdade dos enunciadores, mas também das determinações de uma ordem socio-

histórica e das condições de produção das práticas discursivas nos espaços institucionais. Objetiva-se contribuir para o reconhecimento de que é no espaço discursivo que se manifesta a natureza dual da linguagem: “. . . a um só tempo, integralmente formal e integralmente atravessada pelos embates subjetivos e sociais.” (MAINGUENEAU, 1997, p. 12).

1. A materialidade linguística sob o campo teórico da Análise do Discurso

Os estudos do discurso inserem-se em um campo de pesquisa interdisciplinar pelos diálogos que travam com as Ciências da Linguagem e com as Ciências Sociais para compreender como determinações sociohistóricas incidem sobre a constituição da materialidade discursiva, evidenciando, assim, que a ordem do discurso é o lócus da articulação entre as dimensões linguística e social dos sentidos. Segundo Maingueneau (1997, p. 11), “a análise do discurso depende das ciências sociais e seu aparelho está assujeitado à dialética da evolução científica que domina este campo”, assim como existe uma base linguística na qual se sustentam seus postulados, métodos e objetos de estudo. Nessa perspectiva, a AD se propõe a aprofundar questões em torno da complexidade sociohistórica das práticas discursivas nos espaços institucionais, concebendo a linguagem enquanto um processo dinâmico e transformador da vida social. Por essa razão, a AD constitui o modelo teórico no qual se fundamenta esta pesquisa, a qual compreende uma investigação em torno de relações interdiscursivas que constituem um discurso reproduzido pela comunidade empresarial, por meio do qual se revelam seus posicionamentos e valores acerca da conjuntura socioeconômica em vigor e sobre a posição que ocupam no espaço social.

Bakhtin (1997, p. 72) concebe a língua como “uma atividade, um processo criativo ininterrupto de construção (‘energia’), seguindo-se esse mesmo pressuposto, o discurso deve ser compreendido, segundo Foucault (1996, p. 10), como “aquilo por que, pelo que se luta o poder do qual nos queremos apoderar”. Partir dessas premissas permite reconhecer que o discurso não pode ser neutralizado, nem isolado do seu contexto de produção, pois encarna os anseios, as práticas sociais de grupos, de instituições, não como mero reproduzidor de valores dominantes, mas como constituinte e transformador da vida social. Maingueneau (2008b, p. 16) afirma que as

[U]nidades do discurso constituem, com efeito, sistemas, sistemas significantes, enunciados, e, nesse sentido têm a ver com uma

³Os documentos estão disponíveis nos endereços eletrônicos http://www.uniethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf e <http://www3.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-sebrae-versao-2012/>.

semiótica textual; mas eles também têm a ver com a história que fornece razão para as estruturas e sentido que elas manifestam.

Diante desse entrelaçamento entre o linguístico, o social e o histórico, que constitui a identidade discursiva e implica considerar o envolvimento entre o discurso e seus Outros, investiga-se os desdobramentos em torno do discurso sobre a RSE, considerando-se a análise de marcas linguístico-discursivas reconhecidas nos manuais que servem de *corpora* para esta pesquisa, relacionadas ao contexto sócio-histórico do qual emergem. A complexidade que envolve o discurso permite entendê-lo como uma forma de ação do homem sobre o outro e sobre si mesmo. Diante disso, avalia-se que as influências do que é exterior ao discurso não se traduzem apenas como partes subsidiárias, mas como aquilo que delinea sua identidade. Elementos textuais e fenômenos sociais encontram-se entrelaçados como constituintes identitários dos discursos e das comunidades discursivas. Esses dois elementos constituem a prática discursiva.

Considerando o aspecto multifacetado da construção do sentido, os estudos em AD debruçam-se sobre a relação de um discurso com o seu “exterior” enunciativo, ultrapassando-se os limites do textual para entendê-lo como atividade humana, como *práxis*. O termo prática discursiva, adotado em Foucault (2008), é retomado por Maingueneau em seus postulados, para os quais o discurso se estabelece como um conjunto de textos que se movimentam no tempo e no espaço físico e social:

(...) falaremos de prática discursiva para designar esta reversibilidade essencial entre as duas faces, social e textual, do discurso. Assim procedendo, reformulamos um termo de Michel Foucault, que o utiliza para referir-se ao sistema que, no interior de uma formação discursiva dada, regula a dispersão dos lugares institucionais passíveis de serem ocupados por um sujeito de enunciação. Aqui ver-se-á, de preferência, um processo de organização que estrutura ao mesmo tempo as duas vertentes do discurso (MAINGUENEAU, 1997, p. 56).

Enquanto prática, o discurso se encontra entrelaçado ao seu ambiente de produção e aos grupos que o produzem, sendo constituído, portanto, por um sistema de relações. Isso porque a maneira pela qual os grupos se organizam e organizam as suas práticas sociais não está separada de suas práticas discursivas, todo esse processo se desenvolve organicamente interligado. Como afirma Maingueneau (1997, p. 56, grifo do autor), a “noção de ‘prática discursiva’ integra, pois, estes dois elementos: por um lado, a formação discursiva, por outro, o que chamaremos de *comunidade*

discursiva”. Ainda segundo Maingueneau (2008b, p. 22-23), o sistema de restrições semânticas globais “permite tornar esses textos comensuráveis com a rede institucional” do grupo a que estão ligados. Em outras palavras, os discursos são produzidos por grupos sociais e sua identidade é constituída pelo ambiente institucional e pelos valores nele assumidos por tais grupos.

No caso da prática pedagógica sobre a RSE, os manuais defendem que as empresas devem adotar determinadas posturas definidas por uma rede de restrições semânticas globais que diz respeito ao mundo dos negócios, tais como as noções de competitividade, de livre concorrência, assim como também resgatam discursos sobre valores e práticas de sustentabilidade e de relações éticas, como o cuidado com o meio ambiente e o desenvolvimento de práticas de valorização de parceiros comerciais e empregados. Nesse sentido, o discurso sobre a RSE integra polos semânticos antagônicos em que ações de solidariedade passam a servir a ações de competitividade, num contexto em que empresas se comprometeriam com o bem coletivo. Essa conjunção de interesses capitalistas com políticas sociais se torna possível e razão da dissimetria que se estabelece entre os conceitos de solidariedade e competitividade, marcada na materialidade linguística. Em outras palavras, os discursos reproduzidos nos manuais instauram cenas enunciativas de comprometimento com o outro, de responsabilidade e solidariedade social que deslocam o caráter conflituoso entre as noções de solidariedade e de competitividade.

O conceito de cena de enunciação, que remete a uma intrincada relação entre a situação pressuposta e ao mesmo tempo validada pelo discurso para que seja possível instituir-se uma prática discursiva, permite reconhecer a maneira como as relações interdiscursivas que constituem os textos legitimam o lugar ocupado pelos sujeitos na ordem sociohistórica da qual emergem os discursos. Assim, a cena que se estabelece nos e pelos discursos sobre RSE funciona como um mecanismo que atribui um caráter humanizador às empresas, cuja preocupação não seria apenas competir, mas também ser solidária. Está-se diante de relações entre discursos que provêm de lugares distintos, constituídos por FD antagônicas que se cruzam no espaço discursivo aqui recortado. Esse tipo de relação semântica instituída entre FD antagônicas traduz-se num processo denominado de interincompreensão, postulado por Maingueneau (1997, p. 120, grifos do autor):

Dizer que a interdiscursividade é constitutiva é também dizer que um discurso não nasce, como geralmente pretendido, de algum retorno às próprias coisas, ao bom senso, etc., *mas de um trabalho sobre outros discursos*. Esta interação entre dois discursos em posi-

ção de delimitação recíproca pode ser compreendida como um processo de "tradução" generalizada, ligada a uma "interincompreensão". Tradução de um tipo bem particular, entretanto, pois ela opera, não de uma língua natural para outra, mais de uma formação discursiva a outra, isto é, entre zonas da mesma língua.

A tradução de que trata Maingueneau não pode ser concebida em sentido restrito de mera reprodução de um objeto claro, uma vez que em um "espaço discursivo considerado, o sentido não é algo estável, que poderia ser relacionado a uma posição absoluta, mas se constrói no intervalo entre as posições enunciativas" (MAINGUENEAU, 1997, p. 120). Assim, o sentido circula num nível dissimétrico de uma FD a outra, geradas por uma mesma rede de interincompreensão, isto é, a interdiscursividade se estabelece num movimento que "funda um desentendimento recíproco" (MAINGUENEAU, 2008b, p. 99). O processo de delimitação recíproca em que FD concorrem para requerer seu próprio espaço cria uma relação polêmica, na qual, segundo Maingueneau (2008b, p. 21), cada discurso "conduz o Outro em seu fechamento, traduzindo seus enunciados nas categorias do Mesmo e, assim, sua relação com esse Outro se dá sob a forma do 'simulacro' que dele constrói". Nesse sentido, o discurso sobre a RSE se funda em uma relação polêmica, considerando-se que, de um lado, incentiva a implementação de práticas de solidariedade, de ajuda mútua, de ética nas relações de trabalho, de outro, é posto a serviço da competitividade. Essa relação polêmica entre uma formação discursiva que aponta para a solidariedade e outra que aponta para a competitividade conduz à construção de simulacros em torno do conceito de solidariedade. Ações de solidariedade envolvem preocupação e cuidado com o outro, diferentemente de práticas de competitividade em que um sujeito busca superar o outro, uma situação recorrente no mundo capitalista.

No caso dos grupos que reproduzem o discurso da RSE, entende-se que por meio de suas práticas discursivas constroem-se cenas enunciativas que revelam posicionamentos comprometidos com bem coletivo, como os interesses e necessidades de empregados, parceiros comerciais, consumidores, a sociedade como um todo. Esse cenário de comprometimento e de cuidado com a coletividade social que se constitui alinhado ao funcionamento da comunidade discursiva empresarial é questionado ao longo deste estudo a partir das contradições identificadas nos discursos sobre RSE. Para se compreender como esse discurso polêmico se revela na materialidade linguística que constitui os textos que compõem os manuais publicados pelo Sebrae e o Instituto Ethos, é imprescindível delimitar o lugar, em uma dada ordem social, de onde provêm os grupos que

o produzem, fazem-no circular e o consomem. A próxima seção aborda o papel da comunidade discursiva empresarial na difusão da prática discursiva pedagógica sobre RSE, bem como faz um breve recorte sobre a emergência desse discurso no espaço empresarial brasileiro.

2. O discurso sobre responsabilidade social no Brasil: a comunidade discursiva empresarial e sua prática discursiva pedagógica

Alguns estudos, como o de Mônica de Jesus Cesar (2008), analisam a intervenção social do empresariado no Brasil. Segundo a pesquisadora, na sociedade contemporânea, a promoção de práticas voltadas ao bem comum e a cuidados com o meio ambiente deixam de ser restritos a governos, para se tornarem responsabilidade de outras esferas da sociedade, como empresas, organizações não governamentais, entre outras. Esse processo se deve a mudanças na linha de atuação de governos e de suas políticas públicas, o que levou as empresas a agregarem às suas políticas, ações atestadas como socialmente responsáveis, como um meio de construir imagens positivas sobre si e de conquistarem a credibilidade dos cidadãos, de parceiros comerciais, de governos, uma prática supostamente favorável à concorrência nos mercados.

Na nova ordem, reduz-se a responsabilidade do Estado com as políticas sociais e vão-se constituindo redes de solidariedade social que incluem fundações e institutos sociais, entidades filantrópicas, entidades religiosas, entidades de direitos civis, movimentos sociais, as quais se inserem no chamado terceiro setor.

Com isso, emergem críticas, em grande parte do empresariado, sobre a ausência do Estado. A esse respeito, Cesar (2008, p. 23) afirma:

Na literatura empresarial existente sobre o tema da responsabilidade social, em geral a crítica à apologética, é recorrente a ideia de que, diante da incompetência do Estado na busca de soluções inovadoras para os problemas sociais, os empresários, mais confiantes em suas capacidades de decisão e ação, chamaram para si o exercício da responsabilidade social. Nessa perspectiva, o Estado aparece como malfeitor e culpado pela destruição dos alicerces econômicos.

Abordam-se, neste trabalho, duas instituições que em suas práticas discursivas propõem modelos de gestão alinhados à RSE, quais sejam: o Sebrae, uma das entidades do Sistema S, cujas políticas se destinam a micro e pequenas empresas (MPE), e o Instituto Ethos,

uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). Essas instituições se apresentam, no mercado, como capazes de oferecer orientações e capacitações a empresários sobre questões que envolvem tanto o processo de constituição e legalização de um empreendimento, quanto à proposição de estratégias de gestão na perspectiva da responsabilidade social que propiciem o aprimoramento das relações que a empresa estabelece com seus públicos internos e externos.

Nesse sentido, estratégias são apontadas e materializadas nas mais variadas formas como ações de consultoria às empresas, oferta de cursos, informações técnicas de como podem inserir-se no mercado, orientações de como realizar gestão na direção de ações socialmente responsáveis, constituindo-se, uma relação de empresa para empresa. Para este estudo, selecionaram-se dois manuais que se destinam a dar suporte pedagógico às empresas com o intuito de que essas se apropriem de ferramentas de gestão administrativa e financeira a fim de expandirem seus empreendimentos, ampliando-se também o seu potencial de competitividade, fomentando a adesão das MPE ao discurso sobre a RSE.

O primeiro manual, *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas - Passo a Passo*, publicado em 2003, apresenta sete diretrizes sobre a RSE, as quais indicam os caminhos que as empresas de micro e pequeno porte precisam percorrer para crescerem no mercado. Por esse motivo, as diretrizes estão organizadas em formato de passo a passo para que as MPE adotem modelos de gestão empresarial considerados ideais e alinhados às demandas do mercado global, segundo os posicionamentos de Sebrae e de Instituto Ethos.

Enquanto prática discursiva engendrada no seio de relações sociais específicas, compõe um material rico para o estudo que se pretende desenvolver, uma vez que se constitui numa forma de ação sobre o outro por meio da linguagem, na medida em que apresenta prescritos de ações consideradas positivas e estão a serviço de um projeto de sociedade.

Assim, o documento funciona como prática pedagógica, bem como reproduz um discurso que julga ser positivo ao projeto de bem-estar social, ao mesmo tempo em que daria conta das demandas socioeconômicas no âmbito da competitividade empresarial.

O segundo manual, *Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas* foi publicado em 2012, em versão digital, disponível no endereço eletrônico do Instituto Ethos. Assim como o primeiro, constitui uma prática de finalidade pedagógica que se propõe a orientar as MPE a adotarem os indicadores de responsabilidade social empresarial por meio de questionários e preenchimento de formulários que se configuram como

prescrições de ações consideradas socialmente responsáveis, bem como se apresenta como um mecanismo de controle das práticas desenvolvidas pelas empresas às quais o Instituto Ethos tem acesso, cuja finalidade é levar as empresas a alcançarem um nível de qualidade no gerenciamento de seus negócios, de seus produtos e serviços, e até mesmo de seus funcionários.

Os documentos revelam posicionamentos hegemônicos do campo empresarial e defendidos por Sebrae e por Instituto Ethos sobre a importância de micro e pequenas empresas adotarem práticas caracterizadas como socialmente responsáveis, sob a premissa de que tal adoção garantiria maior qualidade na gestão das corporações, bem como concederia a elas maior destaque no mercado.

Nesse cenário, as duas instituições se apresentam como espaços legítimos de aconselhamento ao empresariado no gerenciamento dos seus negócios, de tal maneira que cada um dos manuais constitui uma finalidade pedagógica: uma de orientação; a outra de avaliação. Em ambos, são prescritas ações que as instituições atestam como eficazes para um bom desempenho das empresas no universo da competitividade, assim como têm a finalidade de provocar a autoavaliação sobre seu comprometimento e sobre suas posturas diante de uma série de questões apontadas como caminhos que, se seguidos, torná-las-iam bem sucedidas.

Os textos analisados discursivamente indicam que há uma regularidade nos discursos que legitimam a RSE, uma prática constituída por formações discursivas antagônicas, em cuja base se identificam conceitos de solidariedade e de competitividade, entre outros. Nessa relação constitutiva, geram-se efeitos de sentido que suscitam o desdobramento de representações positivas sobre as empresas que seguem as propostas sustentadas na ideia de um projeto de sociedade mais justa e solidária.

Todavia se entende que contradições permeiam tais relações, identificá-las e discuti-las é um trabalho árduo para este estudo ancorado nos postulados da Análise do Discurso, uma disciplina que se interessa pelas complexidades discursivas e sócio-históricas de um mundo onde sujeitos se movimentam constantemente. As contradições que atravessam as práticas discursivas em análise interpõem-se com a legitimação do processo de adesão a um modelo empresarial de equidade social, sustentado pela duas instituições, mas que se apresenta como uma medida vital à sobrevivência de uma empresa num universo que se opõe à noção de equidade, o da competitividade. Em outras palavras, a relação entre a prática de solidariedade/compromisso com o Outro e as necessidades das empresas/interesses do Eu institui-se numa incompatibilidade em que se observam universos semânticos contrários.

Na próxima seção, são analisados traços linguísticos, como a seleção de verbos por meio dos quais são defendidas as ações de RSE e sua articulação aos objetos de discurso a elas relacionados e aos adjuntos adverbiais que indicam os parâmetros dessas ações, por meio dos quais se constroem cenas de enunciação que sustentam simulacros sobre a relação entre os conceitos de solidariedade e de competitividade.

3. Os sujeitos, o tempo e o lugar das ações de RSE: os traços linguísticos de uma cena de enunciação.

Os documentos selecionados para esta investigação revelam posicionamentos hegemônicos do campo empresarial defendidos por Sebrae e por Instituto Ethos sobre a importância de MPE adotarem práticas consideradas como socialmente responsáveis, sob a premissa de que tal adoção garantiria maior qualidade na gestão das corporações, bem como garantiria a elas maior destaque no mercado. Esses posicionamentos se constituem pelas relações interdiscursivas que se estabelecem no espaço discursivo que se recorta nos limites desta pesquisa. Para compreendê-las convém mencionar um postulado de Maingueneau (2008b, p. 106) sobre formação discursiva, segundo o qual a FD “não define somente um universo de sentido próprio, *ela define igualmente seu modo de coexistência com os outros* (grifos do autor)”. Tal postulado permite defender que, na constituição da prática discursiva empresarial sobre a responsabilidade social, coexistem noções conflituosas de competitividade e de solidariedade, que são tratadas nos manuais em um nível de equivalência.

A primeira subseção do manual *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas - Passo a Passo* (MD)⁴ intitula-se *Ser mais responsável socialmente é fator de competitividade*. O primeiro enunciado, “Ser mais responsável socialmente”, conecta-se ao segundo por meio do verbo “ser”, cuja relação sintagmática estabelece uma simetria entre os sentidos de ser solidário/solidariedade e ser competitivo/competitividade. Tal equivalência traduz-se na ideia de que aderir a ações de RSE forjadas no espaço discursivo empresarial é condição que favorece a competitividade de uma empresa, permitindo-lhe ampliar seu espaço de atuação. No percurso de análise aqui desenvolvido, esses são os enunciados que servem de ponto de partida para o reconhecimento de uma cena de enunciação na qual se defende uma conciliação harmônica entre FD distintas. Entende-se que a noção de solidariedade se refere a ações de

cuidado, de compromisso, de respeito com o outro, de tal maneira que, numa relação solidária, os interesses individuais não se podem sobrepor aos interesses do Outro. Todavia, no enunciado sob análise, essa noção está atrelada à de competitividade, a qual, em contraponto, implica uma desigualdade entre pares que buscam se superar. Isso quer dizer que os objetivos e interesses do Eu sobrepoem-se aos do Outro, gerando-se uma tensão entre os envolvidos. Ao apontar para uma relação de equivalência entre uma empresa ser responsável e ser competitiva, o manual cria uma rede semântica em que FD antagônicas constituem uma relação de interincompreensão, pois se postula que, no contexto de produção do discurso sobre a RSE, a noção de solidariedade é entendida como um simulacro que sustenta os posicionamentos assumidos por Sebrae e Instituto Ethos. A tese aqui defendida é que a busca pela conciliação entre a noção de solidariedade e a noção de competitividade se caracteriza, no discurso sobre RSE, pelo deslocamento semântico da noção de solidariedade. Em outras palavras, os conceitos de solidariedade, diálogo, transparência, ética, que estão na base constitutiva dos discursos que orientam a adesão a práticas de responsabilidade social, se constroem na forma de simulacros e passam a servir à competitividade entre empresas. É a delimitação constitutiva entre as FD que determina a semântica do discurso da responsabilidade social empresarial.

A análise empreendida no conjunto dos textos que compõem os documentos que servem de *corpora* a esta pesquisa permitiu que se reconhecesse a recorrência de enunciados que ratificam a cena de enunciação harmônica entre ser solidário e ser competitivo, mas que também desvelam a tensão entre as duas FD, apontando para a formação do simulacro da noção de solidariedade e dos demais conceitos a ela relacionados. Na composição desses enunciados, a seleção de verbos por meio dos quais são indicadas as ações de RSE e sua articulação aos objetos de discurso a elas relacionados e aos adjuntos adverbiais que indicam os parâmetros dessas ações são índices de uma dêixis discursiva que, ao mesmo tempo, deixa entrever a associação entre solidariedade e competitividade constituída na base de simulacros e a tensão entre os conceitos que não se dissolve em razão da sua não equivalência, apesar dos esforços para harmonizá-los. Para ilustrar a tese aqui defendida sobre o funcionamento do discurso sobre a RSE e sobre como esse funcionamento se imprime na materialidade linguística, os trechos destacados a seguir ilustram os indícios da cena de enunciação que constitui a pretendida aliança entre os conceitos e a tensão que entre eles não se dissolve.

O primeiro trecho que se destaca é aquele que apresenta o contexto da RSE para os leitores:

⁴O manual organiza-se em torno de sete diretrizes, considerados os temas em que se dividem as orientações sobre as ações de RSE no ambiente corporativo. Por essa razão, utiliza-se a sigla MD (Manual das Diretrizes) para identificar o documento ao longo do texto.

(1MD) – A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) *tornou-se* um fator de competitividade para os negócios. No passado, o que identificava uma empresa competitiva era basicamente o preço de seus produtos. Depois, veio a onda da qualidade, mas ainda focada nos produtos e serviços. Hoje, as empresas devem investir no permanente aperfeiçoamento de suas relações com todos os públicos dos quais dependem e com os quais se relacionam: clientes, fornecedores, empregados, parceiros e colaboradores. Isso inclui também a comunidade na qual atua, o governo, sem perder de vista a sociedade em geral, que construímos a cada dia (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2003, p. 06).

A cronografia discursiva constituída no e pelo enunciado em destaque qualifica a ação das empresas alinhadas à RSE como um dado positivo e promissor. O tempo discursivo é demarcado pelo emprego do verbo “tornar-se”, bem como por adjuntos adverbiais como “No passado” e “Hoje”, os quais indicam que práticas de responsabilidade social, em outro momento histórico, não eram empreendidas pelo empresariado, destacando-se um distanciamento entre presente e passado. Nessa relação, o presente seria melhor que o passado, já que as ações realizadas no momento histórico atual constituiriam um diferencial para a empresa que adere às ações de RSE, ao revelarem um compromisso e preocupação da empresa com a sociedade. Conforme já apontado em Queiroz e Pessoa (2013), o emprego do verbo “tornar-se” institui uma cena na qual o discurso da solidariedade é incorporado *a posteriori* ao discurso da competitividade, característico das práticas corporativas. Segundo as autoras, “se a noção de solidariedade agrega-se ao discurso da competitividade para reforçá-lo, essa noção passa a significar em consonância com a rede de restrições semânticas que rege esse discurso” (QUEIROZ; PESSOA, 2013, p. 120). Nesta pesquisa, postula-se que a associação harmônica entre ser solidário e ser competitivo só se torna possível com base em um simulacro da noção de solidariedade, visível no texto por meio da organização dos diferentes planos de uma semântica global. No conjunto desses planos, evidenciam-se, neste artigo, os traços da construção da dêixis discursiva que a cena de enunciação pressupõe e ao mesmo tempo valida para legitimar os sentidos que engendra.

No manual Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas (MI)1, também se percebe como se constitui essa cena de enunciação que busca harmonizar sucesso empresarial e equidade social:

(2MI) Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação

ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2012, p. 05).

A definição do conceito de RSE no MI se constitui também por meio de uma conjunção entre contextos desejáveis no campo empresarial e no campo social. Nessa perspectiva conciliatória, há metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável, por meio das quais é possível preservar recursos, respeitar a diversidade e promover a redução das desigualdades sociais. Assim como o discurso sobre a RSE institui uma nova cronografia discursiva no ambiente corporativo, institui também uma nova topografia discursiva, na qual um contexto anterior, apresentado como indiferente à qualidade das relações entre os sujeitos do ambiente corporativo, é substituído por um contexto harmônico que concilia os interesses desses diferentes sujeitos. Essa passagem harmoniosa de um cenário a outro se deve à competência da comunidade discursiva em reconhecer esse novo tempo e esse novo lugar social, como aponta o trecho destacado a seguir:

(3MI) Os empresários de micro e pequenas empresas, por sua vez, têm demonstrado que podem responder com ações efetivas às novas exigências e necessidades do mercado. É crescente entre esses empreendedores a consciência de que a gestão socialmente responsável é a nova maneira de gerenciar os negócios e de tomar decisões, o que certamente contribuirá para a disseminação de novos valores para a sociedade, a promoção da equidade social e da sustentabilidade ambiental e a construção de um país melhor (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2012, p. 04).

Os enunciados aqui são construídos de modo assertivo, com modalizações que reforçam a certeza no argumento que se apresenta: os sujeitos do ambiente corporativo são conscientes das mudanças no espaço em que atuam, respondem a elas com presteza e a ação desses sujeitos contribuirá para a mudança do contexto social atual. A perspectiva pela qual as mudanças são referidas é sempre a perspectiva da comunidade discursiva empresarial: são os empresários que respondem ao mercado, é a consciência desses empreendedores que se abre para a gestão socialmente responsável, são suas ações que contribuem para a mudança do contexto social atual. São os empresários que ocupam constantemente, na construção dos enunciados, a posição de agentes responsáveis pelas ações

solidárias direcionadas a um público que delas necessita e que as reconhecerá como pertinentes. Também é evidenciada a perspectiva da comunidade empresarial, quando se faz referência aos benefícios de se aderir às ações de RSE, como no trecho a seguir:

(4MD) – Pelo retorno que traz – em termos de reconhecimento (imagem) e melhores condições de competir no mercado, além de contribuir substancialmente para o futuro do país –, o movimento da Responsabilidade Social Empresarial vem crescendo muito no Brasil. Já é significativo o número de grandes e médias empresas que selecionam fornecedores (micro e pequenos) utilizando critérios da RSE nos negócios. Também no acesso aos créditos e financiamentos é crescente a incorporação de critérios de gestão responsável. A imprensa está cada vez mais fiscalizadora e os consumidores, por sua vez, mais exigentes (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2003, p. 06).

O emprego do verbo “utilizar” em relação sintagmática com o nome “critério” racionaliza, a partir de valores capitalistas, a finalidade social de um conjunto de ações que estariam no plano da humanização. Entende-se que práticas de solidariedade pressupõem o cuidado com o outro sem interesses de autofavorecimento, mas no espaço discursivo da RSE tais práticas são “utilizadas” como um meio pelo qual empresas podem adquirir com maior facilidade acesso a recursos financeiros, sendo redimensionadas para atender aos interesses da comunidade discursiva empresarial que se alinha a uma ordem socioeconômica em que os interesses neoliberais são hegemônicos. A cena de conciliação harmônica entre as FD é ratificada pelo emprego do conectivo “além de”, que equipara os resultados garantidos pela adoção de ações de RSE: competir no mercado e contribuir para o futuro do país. Em Queiroz e Pessoa (2013), se pontua que essa relação de conjunção que articula os enunciados:

(...) silencia toda e qualquer possibilidade de conflito entre os interesses das empresas e os interesses de seus empregados e de seu público alvo. Desse lugar de enunciação, a adoção de ações de RSE permite à comunidade empresarial ocupar-se das necessidades do outro sem que haja interferências no atendimento de suas próprias necessidades, uma vez que os interesses do Eu e do Outro são consideradas conciliáveis. (QUEIROZ; PESSOA, 2013, p. 121).

Assim, os enunciados dos manuais reforçam constantemente a importância de se aderir à RSE como forma de garantir benefícios às empresas. Sebrae e

Instituto Ethos consideram este um movimento necessário, o que se observa também no trecho:

(5MD) – O negócio baseado em princípios socialmente responsáveis não só cumpre suas obrigações legais como vai além. Tem por premissa relações éticas e transparentes (...). Ou seja: quem *aposta* em responsabilidade e diálogo vem conquistando mais clientes e o respeito da sociedade (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2003, p. 06, grifo meu).

Entra em jogo um processo de conquista de clientes e da sociedade como um todo, o qual se constrói em uma cenografia sustentada por discursos sobre “responsabilidade e diálogo”, bem como por “relações éticas e transparentes”. O emprego do verbo “apostar” estabelece entre empresa e RSE uma relação de consumo. Ações de solidariedade são racionalizadas e consumidas para render lucro às empresas, como um produto ou serviço que ela fornece no mercado, em outras palavras, “responsabilidade” e “diálogo” ganham a conotação de objeto a ser consumido em favor de um grupo no espaço empresarial. Os manuais, então, estabelecem uma rede de restrições semânticas em que essas noções servem à competitividade.

As práticas discursivas pedagógicas selecionadas constroem um cenário empresarial em que ações de compromisso com o bem coletivo podem favorecer a todos os sujeitos, integrantes ou não dessa comunidade discursiva, de forma harmônica e igualitária, todavia postula-se que as empresas não se propõem a ouvir os demais grupos com os quais se relaciona de forma legítima, uma vez que não se identifica, na materialidade discursiva, qual o tempo e o lugar para o diálogo, para a escuta do Outro. No trecho destacado a seguir, novamente a organização do enunciado evidencia em primeiro plano a perspectiva da comunidade discursiva empresarial, apresentando-a como agente das ações de RSE:

(6MD) Um código de ética decorrente da Declaração de Valores e Princípios Éticos pode ajudar a:

- desenvolver relações sólidas com fornecedores, clientes e outros parceiros;
- reduzir o número de processos legais;
- negociar conflitos de interesse; e
- assegurar o cumprimento das leis da empresa (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2003, p.14).

O manual cumpre a função de indicar medidas alinhadas aos interesses empresariais. Tendo em vista a complexidade das relações e os conflitos latentes entre

os grupos, interpela-se quem são os agentes nos enunciados compostos pelos verbos “desenvolver”, “reduzir”, “negociar” e “assegurar”? Esses questionamentos se impõem a partir do efeito de sentido que a introdução “Um código de ética decorrente da Declaração de Valores e Princípios Éticos pode ajudar a...” gera sobre a adesão a posturas qualificadas como éticas em um ambiente empresarial, cujo objeto direto do sintagma, embora oculto, é a empresa. Nessa perspectiva, as relações não seriam, em primeiro lugar, regidas pelo compromisso com o Outro, mas para ajudar a comunidade discursiva empresarial, a quem se destina o manual, a gerir suas relações. Logo, postula-se que a noção de ética que constitui o discurso sobre a RSE seria motivada por um movimento de suposta reciprocidade no processo de negociação de “conflitos de interesse”, cujo ponto de partida são os interesses do empresariado.

Nessa coexistência entre velhas e novas formas de gestão e controle no ambiente de trabalho, constitui-se a cena de enunciação no espaço discursivo em análise, na qual conflitos históricos entre empregados e empregadores são silenciados, simulando-se um cenário de relações de trabalho mais democráticas. Essa coexistência aponta que as noções em jogo teriam uma razão de existir que não seriam da ordem da solidariedade pela atenção às necessidades do Outro, mas enquanto mecanismos de conformação para que as práticas e decisões das corporações possam se manter no tempo-espaço socioeconômico, estabelecendo suas próprias regras e valores hegemônicos. Nos modelos organizacionais reproduzidos na topografia e cronografia discursivas aqui destacadas, predomina a ausência do Outro, uma vez que os problemas e soluções são evidenciados conforme a perspectiva da empresa. Não há lugar para manifestação dos outros sujeitos, uma vez que a empresa assume para si a voz do Outro, como se pudesse controlar e administrar as necessidades do seu público interno e externo. Em outras palavras, as lacunas e contradições identificadas na materialidade discursiva revelam que se está diante de uma orientação que valoriza uma estrutura hierárquica, que é sustentada por simulacros de noções como solidariedade, responsabilidade social, ética nas relações.

A conciliação entre interesses sociais e interesses econômicos é ainda exposta no trecho que segue:

(7MI) A responsabilidade social empresarial deve ser uma forma de gestão do negócio e o lucro é parte do processo. Ao optar por apoiar determinada entidade ou projeto, a empresa busca de algum modo conciliar seus interesses com os dessa entidade ou projeto? (SEBRAE; Instituto ETHOS, 2012, p. 43).

Declara-se notadamente no enunciado a importân-

cia de a empresa “conciliar seus interesses” ao que julga ser do interesse da “entidade ou projeto” que compõe a comunidade local. Novamente, é na perspectiva das empresas que se busca se estabelecer essa conciliação e, novamente, não há na constituição do enunciado nenhuma referência à contribuição dos sujeitos externos ao ambiente corporativo na construção de uma relação transparente pautada no diálogo entre as partes. O enunciado interpela os empresários a aderirem a modelos de gestão alinhados à proposta de RSE, apresentando as vantagens que essa adesão pode-lhes proporcionar, uma delas é o lucro. Tais propostas se inscrevem numa FD socioeconômica capitalista, para a qual o sucesso das empresas implica o reconhecimento do público consumidor como valor simbólico desejável para o empreendedor, num contexto em que ser solidário, desenvolver políticas sociais geram o lucro financeiro às corporações.

Ao longo das análises, observou-se a composição de cenas enunciativas que se propõem legitimar valores hegemônicos do espaço empresarial, promovendo a comunidade discursiva empresarial a uma posição de agenciadora de práticas solidárias e comprometidas com o bem comum. No percurso enunciativo empreendido pela prática pedagógica objeto desta pesquisa, contradições e conflitos foram apagados para dar lugar a cenários de harmonia e concordância entre sujeitos que ocupam lugares sociais divergentes. Todavia as análises mostraram que tal apagamento não se institui de forma absoluta, de tal maneira que na e pela materialidade discursiva foi possível reencontrar a tensão latente entre formações discursivas polêmicas, nas quais práticas solidárias coexistem com metas competitivas. Assim, o discurso sobre RSE se sustenta no conflito, é ele a sua razão de existir. Como afirma Maingueneau (2008b, p.117), o “discurso não escapa à polêmica tanto quanto não escapa à interdiscursividade para se constituir. Por toda a sua existência, ele se obriga a esquecer que não nasce de um retorno às coisas, mas da transformação de outros discursos...”.

4. Considerações finais

A polêmica que caracteriza a interdiscursividade nos documentos analisados demarca as contradições de uma comunidade que se propõe solidária, mas que por meio de suas práticas discursivas impõe suas metas e interesses à frente dos demais grupos sociais. As posturas de solidariedade incentivadas pela prática pedagógica dos manuais são promovidas para fins de competitividade, distorcendo a noção sobre o conceito de solidariedade, que em vez de se constituir em um sentido de reciprocidade entre os sujeitos é racionalizado para cumprir fins socioeconômicos. A tese defendida ao longo deste artigo é a de que a adesão às medidas sugeridas seria exigência de um mercado competitivo que incorporou ao seu *modus operandi*

valores de responsabilidade, de solidariedade, de compromisso com o Outro como uma maneira de projetar imagens positivas sobre as empresas na sociedade. Essa nova cultura e suposta consciência empresarial se constituem como instrumentos de legitimação dos valores e interesses econômicos do sistema capitalista, de tal maneira que não sejam questionadas nem as problemáticas, nem contradições por ele geradas. Nesse processo de conformação, instituído por práticas discursivas socialmente responsáveis, as empresas teriam legitimidade para fomentar um processo de mudança e de melhorias na ordem socioeconômica.

Os recursos linguístico-discursivos destacados e analisados revelam o caráter prescritivo dos manuais, bem como sinalizam a que eles se destinam: convencer a comunidade discursiva à qual se reportam; estabelecer modelos-padrão de gestão; homogeneizar conceitos e práticas sobre RSE; oferecer subsídios às ações desenvolvidas pelas empresas. Tudo isso para que elas tenham condições de se firmar no mundo da competitividade. O emprego de tais recursos na composição dos enunciados foi considerado na sua relação com a cena de enunciação pressuposta e necessária para que fosse possível a adesão da comunidade discursiva aos sentidos constituídos pelas relações interdiscursivas e que, ao mesmo tempo, valida esses sentidos para os sujeitos que os consomem. A seleção dos verbos por meio dos quais são defendidas as ações de RSE e sua articulação aos objetos de discurso a elas relacionados e aos adjuntos adverbiais que indicam os parâmetros dessas ações fazem parte de uma semântica global do discurso sobre a RSE que integra, conforme Maingueneau (2008b), os planos do enunciado e da enunciação, evidenciando uma dêixis discursiva que vincula o discurso ao contexto sociohistórico que o torna possível. Se esse contexto sociohistórico é marcado por conflitos e contradições entre posições em confronto no campo do trabalho, as práticas discursivas que nele se efetivam não conseguem distanciar-se deles, mesmo que haja um esforço deliberado para silenciá-los. ●

Referências

- Bakhtin, Mikhail
1997. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec.
- César, Mônica De Jesus
2008. *Empresa-cidadã: uma estratégia de hegemonia*. São Paulo: Cortez.
- Foucault, Michel
1996. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola.
- Foucault, Michel
2008. *Arqueologia do saber*. 7ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Maingueneau, Dominique
1997. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. 3a ed. Campinas: Pontes/Editora da Universidade Estadual de Campinas.
- Maingueneau, Dominique
2008a. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial.
- Maingueneau, Dominique
2008b. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola Editorial.
- Queiroz, Laura Daniela Miranda de; Pessoa, Fátima Cristina da Costa
2013. A relação polêmica entre os conceitos de solidariedade e competitividade na prática discursiva sobre a responsabilidade social empresarial. *CADERNOS DE SEMIÓTICA APLICADA (CASA)*, vol. 11, n. 2, p. 112-129. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/casa/article/view/6549>. Acesso em 20/03/2014.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
2003. *Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas - Passo a Passo*. São Paulo: Sebrae /Instituto Ethos. Disponível em: <http://www3.ethos.org.br/cedoc/indicadores-ethos-sebrae-versao-2012/#.ULJj3uR9KQM> Acesso em 19/11/2012.

Dados para indexação em língua estrangeira

Queiroz, Laura Daniela Miranda de; Pessoa, Fátima Cristina da Costa

Deixis in discourse of corporate social responsibility: the relation between utterance and enunciation

Estudos Semióticos, vol. 10, n. 2 (2014)

ISSN 1980-4016

Abstract: *This article presents some of the results obtained in an investigation surrounding the polemic relationship which constitutes the discursive practice about corporate social responsibility by the analysis of linguistic traits identified in the manuals Corporate Social Responsibility for Micro and Medium Enterprises - Step by step (2003) and Ethos - Sebrae Indicators of Corporate Social Responsibility for Micro and Small Enterprises (2012), such as the selection of verbs and its relationship to the objects of discourse related to them and adverbial adjuncts that indicate the parameters of the actions that the verbs relate. The documents prescribe model actions that are attested as socially responsible to guide businesses to promote enterprises in the competitive market. The linguistic materiality reveals the coexistence of two poles of the semantic constituent discursive practice about social responsibility, the poles are the competitiveness and the solidarity in a relationship in which solidarity actions serve as a means for companies to become more competitive, according to the manual. Therefore this study investigates the internal organization of a text in relation to the determinations of the socio-historical order in institutional spaces. The analysis of discursive materiality is based on the postulates of French Discourse Analysis such as Discursive Practice, Polemic as inter-incomprehension, Enunciation Scene, Global Semantic and Discursive Deixis.*

Keywords: *discursive practice, linguistic materiality, corporate social responsibility, polemic, discursive deixis*

Como citar este artigo

Queiroz, Laura Daniela Miranda de; Pessoa, Fátima Cristina da Costa. A dêixis no discurso sobre a responsabilidade social empresarial: o vínculo entre enunciado e enunciação. *Estudos Semióticos*. [on-line] Disponível em: (<http://revistas.usp.br/esse>). Editores Responsáveis: Ivã Carlos Lopes e José Américo Bezerra Saraiva. Volume 10, Número 2, São Paulo, Dezembro de 2014, p. 88-97. Acesso em “dia/mês/ano”.

Data de recebimento do artigo: 04/Fevereiro/2014

Data de sua aprovação: 02/Novembro/2014
