

Correspondência para/
Correspondencia para/
Correspondence to
UFMG/FACE/CEPEAD
Rua Curitiba, 832/1202
Centro, Belo Horizonte -
MG
(31) 3279-9043
CEP: 30170.120
E-mail:
arls@cepead.face.ufmg.br
alexandre@cepead.face.ufmg.br

Artigo
Recebido: 23/06/2006
Aprovado: 10/08/2006

AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA TEMÁTICA AMBIENTAL EM UMA EMPRESA DE TELEFONIA MÓVEL

LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA TEMATICA AMBIENTAL EN UNA EMPRESA DE TELEFONIA CELULAR

SOCIAL REPRESENTATIONS IN ENVIRONMENTAL ISSUES, IN A MOBILE TELECOMMUNICATIONS COMPANY

Alexandre de Pádua Carrieri, Dr
UFMG-MG
alexandre@cepead.face.ufmg.br

Alfredo Rodrigues Leite-da-Silva, MSc
UFMG-MG
arls@cepead.face.ufmg.br

Thiago Duarte Pimentel
UFMG-MG
xtdep@cepead.face.ufmg.br

Palavras-chave

Representações
sociais;
Análise do discurso;
Meio ambiente;
Discurso ambiental;
Telecomunicações.

Palabras-clave:

Representaciones
sociales;
Análisis del discurso;
Medio ambiente;
Discurso ambiental;
Telecomunicaciones.

RESUMO: Este estudo evidencia as representações sociais presentes nos discursos dos membros de uma empresa de telefonia celular com relação à temática ambiental. Parte-se do entendimento de que várias estratégias são adotadas nas organizações na tentativa de disseminar determinado discurso ambiental. Como esses esforços dividem espaço com outras pressões, emerge um discurso fragmentado (FINEMAN, 1996) e permeado por representações sociais convergentes e divergentes com os objetivos da organização. Para entender esse processo, a abordagem das Representações Sociais é discutida. A concepção adotada é baseada nas contribuições de Moscovici (1981, 1984, 2003a, 2003b). Defende-se que as Representações Sociais permitem a construção de uma realidade compartilhada por determinado grupo social (JODELET, 1989). Em seguida, a argumentação foca os discursos ecológicos em suas inserções nos interesses organizacionais. Por fim, um estudo de caso realizado na Antena oferece evidências empíricas para embasar a discussão. Os dados foram coletados por meio de pesquisa documental e de 40 entrevistas semi-estruturadas. A análise foi realizada com base na Análise do Discurso (FIORIN, 1989), que permitiu o mapeamento das Representações Sociais sobre a temática ambiental na Antena.

RESUMEN: Este estudio pone en evidencia las representaciones sociales en los discursos de los miembros de una empresa de telefonía celular, relacionada con la de la temática ambiental. Se parte del entendimiento que varias estrategias son adoptadas en las organizaciones, intentando diseminar un determinado discurso ambiental. Como esos esfuerzos dividen espacios con otras presiones, surge un discurso fragmentado (FINEMAN, 1996), filtrado por representaciones sociales convergentes y divergentes con los objetivos de la organización. Para entender este proceso, el abordaje de las Representaciones Sociales, es discutido. La idea adoptada está basada en las contribuciones de Moscovici (1981, 1984, 2003a y 2003b). Se sostiene que las Representaciones Sociales permiten la construcción de una realidad compartida por un determinado grupo social (JODELET, 1989). Luego, la argumentación se focaliza en los discursos ecológicos en sus inserciones en los intereses organizacionales. Por último, un estudio de caso, realizado en Antena, ofrece evidencias empíricas para sostener la

base de la discusión. Los datos fueron recogidos por medio de una investigación documental, además de 40 entrevistas semi estructuradas. El análisis fue realizado sobre la base del Análisis del Discurso (FIORIN, 1989), que permitió mapear las Representaciones Sociales sobre la temática ambiental en la Antena.

ABSTRACT: This study demonstrates the social representations that are present in the discourses of members of a mobile telecommunications company, in relation to environmental issues. It is based on the premise that various strategies are adopted by organizations, in an attempt to disseminate a particular environmental discourse. As these efforts share space with other pressures, a fragmented discourse emerges (FINEMAN, 1996) which is permeated by social representations that are both convergent and divergent, in relation to the objectives of the organization. To understand this process, the Social Representations approach is discussed. The concept adopted is based on the contributions of Moscovici (1981, 1984, 2003a, 2003b). It defends the idea that Social Representations enable the construction of a reality that is shared by a specific social group (JODELET, 1989). Next, the argument focuses on the ecological discourses, and how these tie in with the organizational interests. Finally, a case study carried out at Antena offers empirical evidence to support the discussion. The data were collected by means of documentary research and 40 semi-structured interviews. The analysis was carried out based on Discourse Analysis (FIORIN, 1989), which enabled a mapping of the Social Representations on the environmental theme at Antena.

Key-words:
Social
representations;
Discourse
analysis;
Environment;
Environmental
discourse;
Telecommunications.

1 INTRODUÇÃO

A partir da constatação de que as organizações impactam no meio ambiente, autores como Parker (1996) defendem que os estudos organizacionais observem os discursos denominados ambientalistas. A preocupação é esclarecer os processos pelos quais as organizações desenvolvem ações e discursos referentes à temática ambiental e revelar um contexto permeado por diferentes relações de interesses, no qual o discurso da preservação do meio ambiente se confunde com a busca por vantagens competitivas.

Algumas origens das implicações ambientais para a sociedade podem ser esclarecidas ao se revelar esses interesses no cotidiano do trabalho. O caminho é expor a construção da realidade comum aos membros organizacionais sobre a questão da temática ambiental, ou seja, suas representações sociais (JODELET, 1989) relacionadas com o tema. O que remete ao objetivo deste artigo: evidenciar as representações sociais presentes nos discursos dos membros de uma empresa de telefonia celular com relação à temática ambiental. Para alcançá-lo procedeu-se um estudo de caso na Antena. Inserida no setor de telecomunicações, marcado por modificações após sua privatização em 1998, a empresa enfrenta concorrência, abertura de mercado e transformações tecnológicas com várias implicações, como a poluição visual e química e a irradiação eletromagnética. Os dados foram coletados por meio de pesquisa documental e de 40 entrevistas semi-estruturadas. A análise foi realizada com base em elementos da Análise do Discurso - AD (FIORIN, 1989), como, por exemplo, os percursos semânticos, as seleções temática e lexical, a construção das personagens.

Para desenvolver a discussão, após esta introdução, discutem-se as representações sociais e os discursos ecológicos em suas inserções nos interesses organizacionais. Em seguida, apresenta-se o estudo de caso e, por fim, as considerações finais do artigo.

2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

A Teoria das Representações Sociais, proposta por Moscovici (1984), lida com as representações sociais, em detrimento das representações coletivas generalizadas e de um foco restrito ao social ou ao individual, oferecendo uma alternativa teórico-metodológica capaz de lidar com a diversidade e o dinamismo das mudanças na sociedade contemporânea. Para o autor, as representações sociais interagem entre si em oposições, convergências, distinções, desaparecimentos e recriações. Isso exige considerar as representações sociais originais ao investigar outras, construídas por elas.

Dessas contribuições surge o entendimento de representações sociais adotado nesta pesquisa: "um conjunto de conceitos, declarações e explicações originadas na vida cotidiana, no decorrer das comunicações interpessoais. [...] a versão contemporânea do senso comum" (MOSCOVICI, 1981, p.181), "[...] servindo para a construção de uma realidade comum a um conjunto social" (JODELET, 1989, p. 36).

O foco nas representações sociais permite explorar a inserção da temática ambiental nas organizações, um fenômeno demasiadamente complexo para ser explicado apenas na dimensão objetiva. Como alternativa, buscou-se uma abordagem que oferece espaço para as construções sociais e individuais sem ignorar contextualizações sócio-históricas que, também, incluem as relações concreto-econômicas, em uma abordagem que "[...] sem duvidar da objetividade do mundo, coloca-a no rol das probabilidades uma vez que os instrumentos que dispomos para acessá-la são, estes sim, socialmente construídos" (SPINK, 2003, p.128).

Essa abordagem exige, concordando-se com Moscovici (1984), que as representações sociais sejam descritas de maneira detalhada, considerando sua estrutura e evolução, e só depois, ao confrontar essas descrições, será possível compreender o fenômeno da inserção da temática ambiental nas organizações. Pelo exposto, este estudo deve considerar construções e contextos que envolvem o discurso ambiental.

3 OS DISCURSOS ECOLÓGICOS EM SUAS INSERÇÕES NOS INTERESSES ORGANIZACIONAIS

Ao estudar os "discursos ecológicos", Carvalho (1991) se centra na análise do discurso ecológico dito oficial e de outro dito alternativo. O

primeiro é oriundo de instituições governamentais nacionais e internacionais e deseja regular as práticas ecológicas. Ele é aliado do discurso de empresas e instituições por elas mantidas que, ao contrário de negar o tema, buscam cooptá-lo para legitimar o desenvolvimento industrial global, equacionado com preservação ambiental e qualidade de vida.

O segundo, o discurso alternativo, também propõe construções sociais, mas sem grandes compromissos com o desenvolvimento globalizado. Ele se antagoniza com o primeiro discurso, cada qual criando diferentes identidades e práticas, tanto sociais quanto organizacionais. Dessa dualidade é esperada a emergência de construções ambíguas, como mostra Fineman (1996) em uma investigação que foca a alta administração organizacional. O autor evidenciou um dualismo nas ações: uma abertura à agenda verde ou uma dissimulação em relação a ela. A última se evidenciou como mais recorrente, com a alta administração associando suas propostas a uma filosofia ambiental que não mude suas ações ou planos, mas que sirva para a propaganda, até englobando discursos alternativos, para disseminar novas imagens da organização.

Isso explica a multiplicidade de formações discursivas coexistindo dentro das organizações. Alguns discursos organizacionais, segundo Knights e Morgan (1991), são privilegiados. Eles monopolizam conhecimentos e práticas, bem como usam de estratégias diversas para tentar controlar o aparecimento e o desaparecimento de outros discursos. Segundo os citados autores, esses são os mecanismos usados pelos gerentes e pela alta administração na disseminação de seus discursos. Esses discursos, criados pelos que têm mais poder, conforme Foucault (1987), servem para regular a criação material e simbólica das organizações, adequando práticas e discursos. Mas a despeito de serem dominantes não são os únicos, há discursos e práticas "esverdeados" sendo (re)criados, (re)transmitidos e (re)compreendidos por organizações e instituições internacionais, nacionais e locais, bem como pelos diversos níveis organizacionais. Esse é um processo de bricolagem (CERTEAU, 1994), que precisa ser apreendido pelo pesquisador interessado em lidar com a temática ambiental, como se mostrará a seguir.

4 PERCURSO METODOLÓGICO DO ESTUDO DE CASO

Na investigação da Antena se realizou, nos anos de 2002 e 2003, 40 entrevistas semi-estruturadas, com um roteiro para contextualizá-las (SPINK, 1993), fazendo uso dos princípios de uma abordagem qualitativa. Simultaneamente, procedeu-se a pesquisa documental na empresa e no sindicato. Com base em textos orais e escritos, foi possível orientar a análise no sentido de captar o sistema de representações interiorizado pelos atores organizacionais e resgatar a trajetória do percurso semântico analisado neste estudo.

Para a análise das entrevistas adotou-se a AD dentro do entendimento de Fiorin (2003, p. 11), para quem "o discurso são as combinações de elementos lingüísticos (frases ou conjuntos constituídos de muitas frases), usadas pelos falantes com o propósito de exprimir seus pensamentos, de falar do mundo exterior ou de seu mundo interior, de agir sobre o mundo". O percurso semântico é a principal categoria descritiva que veicula a visão de mundo defendida e organizada por meio de temas e figuras. Tais elementos são identificados ao se analisar, nos textos orais e escritos, as seguintes estratégias de persuasão discursiva: construção de personagens, seleção lexical, silenciamento, relação entre elementos explícitos e implícitos. Com funções específicas.

Barry e Elmes (1997) identificam o uso da estratégia de construção de personagens para destacar ou ocultar aqueles (pessoas, organizações etc.) relacionados a determinados temas. A seleção lexical, para Watson (1995), define o vocabulário de grupos, sendo utilizada em seus discursos para se referirem a temas e figuras. A relação do dito com o não dito (silenciamento), para Mumby e Stohl (1991), revela o que é hegemonicamente mantido. O silenciamento também dá espaço para que o outro ofereça suas próprias construções sobre determinadas questões em um discurso, legitimando-o. Da mesma maneira, os elementos implícitos no enunciado dependem da interpretação do destinatário, podendo existir maior liberdade na construção da interpretação, no caso dos implícitos subentendidos, ou direcionamento para determinado sentido, no caso dos implícitos pressupostos (DUCROT, 1987). Assim, por meio de relações de conteúdos explícitos (de responsabilidade do locutor) e implícitos, o locutor oferece certo espaço para a interpretação e responsabilização do destinatário em relação ao enunciado.

As práticas discursivas, a partir das estratégias descritas, revelam representações sociais utilizadas tanto para apoiar quanto para atacar determinados discursos. Seguindo esse caminho, neste trabalho, buscou-se evidenciar as representações sociais presentes nos discursos dos membros da Antena, com relação à temática ambiental.

5 A EMPRESA EM ESTUDO: UM POUCO SOBRE A ANTENA

A telefonia móvel celular começou em 1993, como um projeto da ANTENA. Em 1998 ocorreu a cisão do serviço móvel celular e a constituição de empresas independentes. A Antena foi, então, privatizada. Segundo um de seus diretores, o início dessa trajetória foi marcado pela busca em atender rapidamente os clientes, construindo antenas sem muitos estudos ou um pensamento de longo prazo.

Nos anos de 2000 e 2001, as empresas do setor sofreram pressões de movimentos sociais, referentes às torres de transmissão. Então, a Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL, reguladora do sistema, baixou

uma portaria, recomendando para as torres e aparelhos de celular os índices europeus de emissão de radiação eletromagnética. Em resposta às pressões, questões como as antenas, a reciclagem de baterias, o "Sistema de Gestão Ambiental" - SGA e a certificação ISO 14001 (normas internacionais de gestão ambiental) passaram a ser tratadas de maneira mais evidente, por exemplo, no site da empresa (ANTENA, 2004).

No site se evidencia o uso do discurso do meio ambiente como um caminho para tentar legitimar e diferenciar a organização. O discurso é direcionado a todo o estado de Minas Gerais, onde a empresa, em 2003, contava com mais de um milhão de clientes (73% do mercado) e 1.500 funcionários. A disseminação desse discurso se dá por meio de diferentes estratégias discursivas e ações, a serem discutidas a seguir.

6 O PERCURSO SEMÂNTICO VERDE NA ANTENA

A partir da análise dos discursos na Antena foi possível destacar cinco representações sociais recorrentes, comumente relacionadas entre si e com a temática ambiental: a) a preocupação financeira; b) a filantropia; c) a vantagem competitiva; d) a farsa para a construção de uma imagem positiva; e) a obrigação legal.

A representação social que enfatiza a preocupação financeira surgiu tanto para embasar o argumento de que a questão ambiental está em segundo plano quanto para destacar a importância dada à temática ambiental. Na primeira abordagem, os membros organizacionais colocam a questão ambiental em uma hierarquia de prioridades, atrás dos interesses financeiros. No dizer de um entrevistado:

[...] se você chegar na Antena, lá, hoje, você pode ter lá um monte de indicadores de qualidade, de responsabilidade ambiental e social, etc, etc, mas aquele que você sente que é, é a cobrança mesmo, pra valer, são os resultados financeiros, entendeu?" (GERENTE 9).

A locução conjuntiva "etc" (et cetera) é utilizada no sentido de agrupar todos os indicadores, com exceção daqueles que se referem os vocábulos "cobrança mesmo" e "financeiros". Portanto, ressalta-se o tema explícito da maior importância dos indicadores financeiros, sobre qualquer outro. Isso permite evidenciar a oposição entre o tema implícito, subentendido da conciliação dos interesses sociais e ambientais na empresa, marcado pela expressão "responsabilidade ambiental e social", e o tema implícito, subentendido da hierarquia de interesses, que prioriza os resultados financeiros. Esse último marcado pelas expressões "cobrança mesmo", "pra valer" que denotam a maior ênfase dada aos resultados financeiros. Além disso, surge o tema implícito da exigência do retorno financeiro, em detrimento de qualquer estratégia ou posicionamento.

Em seus estudos, Carvalho (1991) indica a inseparabilidade entre questões financeiras, sociais e individuais, pois estão todas inseridas em uma cadeia de relações que permeia os atores e as organizações. Na Antena, esse imbricamento se confirmou, representado em um sentido no qual foi permeado pela ênfase na questão financeira, interesse dos acionistas de uma empresa privada e, conseqüentemente, de seus representantes diretos. Isso pode ser explicado pela adoção dos mecanismos atribuídos por Knights e Morgan (1991) aos gerentes e à alta administração, na tentativa de controlar os outros discursos e privilegiar o deles, o que envolve relações de interesses e poder, bem como a adoção das estratégias discursivas já mencionadas.

Em uma segunda abordagem, ao se apropriarem da representação social da ênfase na preocupação financeira, os sujeitos a utilizaram para demonstrar a importância dada à questão ambiental em um sentido supostamente filantrópico, sem conotação com o retorno financeiro, mas legitimado por ele, como se observa no fragmento a seguir:

[...] ao invés de utilizarmos torres de transmissões preferimos optar por postes de transmissão, embora isso nos traga um custo maior, mas é principalmente por estarmos preocupados com o impacto visual [...] (GERENTE 16).

A Antena está bastante preocupada com meio ambiente [...] (TÉCNICO 22).

Os fragmentos 2 e 3 apresentam, como temas explícitos, respectivamente: a) que a empresa se preocupa com o impacto visual e que está disposta a ter um custo maior em função disso; b) que a empresa está bastante preocupada com o meio ambiente. Mas eles se silenciam sobre o tema explícito apresentado a seguir:

Surgem, muitas vezes, dificuldades impostas pela própria comunidade em se instalar uma estação de transmissão telefônica (GERENTE 20).

O fragmento anterior revela o tema explícito de que a comunidade resiste às instalações das torres. Esse conhecimento permite atribuir ao fragmento 2 o tema implícito subentendido de que a empresa optou estrategicamente pelos postes, pois podem ser construídos em maiores números e com menores resistências da sociedade. Ou seja, a mencionada preocupação com o impacto visual remete à representação que associa a questão ambiental às estratégias da empresa para buscar vantagens competitivas. No caso, garantir maior espaço de cobertura de seu sinal de transmissão no menor tempo possível. Outra manifestação, referente à representação social da vantagem competitiva, emerge de um tema destacado explicitamente em jornais internos: a implantação do Sistema de Gestão Ambiental, um fator de competição, ligado às barreiras comerciais e às exigências do mercado.

Tal entendimento é convergente com as idéias de autores como Porter e Van Der Linde (1995) e Gutberlet (1996), sobre a relação positiva entre a gestão ambiental adequada e a competitividade da empresa. Essa busca por competitividade se estende e envolve outras representações, como se observa no fragmento a seguir:

Eu não enxergo a bateria [do celular] como uma agressão muito grande. O trabalho da Antena se dá no mesmo sentido das propagandas de reciclagem, ela fala, mas não pratica (TÉCNICO 13).

No fragmento anterior fica implícito subentendido o tema de o problema do descarte das baterias de celular ser algo sem importância, marcado pela expressão "não enxergo", silenciando-se sobre o consumidor, o cliente que comprou o celular e a maneira como ele dará um fim na bateria. Ao mesmo tempo, o fragmento aponta o tema explícito do uso pela empresa do discurso do recolhimento para fazer propaganda e indica o tema implícito subentendido de que há muito alarde, de acordo com interesses mercadológicos e pouca preocupação efetiva com a questão ambiental. Isso fica marcado pelo vocábulo "propaganda" e pela expressão "ela fala, mas não pratica", referindo-se à Antena. Aqui, às representações sociais já mencionadas associam-se a da farsa para a construção de uma imagem positiva. O tema da farsa fica, ainda, mais evidente em outros fragmentos.

Graças a Deus a legislação atual já dificulta bastante a colocação de antenas, principalmente em locais perto de escolas, por exemplo (TÉCNICO 25).

O fragmento remete ao tema implícito subentendido de que não se pode confiar na empresa, sendo bem vinda a legislação para dificultar sua atuação. O tema fica evidente pela escolha lexical da expressão "graças a Deus" e das personagens implícitas pressupostas as crianças que, por freqüentarem as escolas, poderiam ser prejudicadas pela empresa se não existisse a legislação. Surge, assim, a representação social da obrigação legal, reforçada pelo reconhecimento de que a questão do meio ambiente só passou a ser discutida na empresa após a pressão da ANATEL, conforme os fragmentos:

Quando apareceu a ANATEL, o problema das antenas e suas emissões uniu a empresa (GERENTE 16).

[...] que gestão ambiental que nada, a Antena apenas preocupa-se em seguir a legislação municipal e procura estar sempre em conformidade com as regras da ANATEL [...] (TÉCNICO 2).

Os fragmentos 7 e 8 trazem como personagem explícito a ANATEL e como tema explícito o fato dela influenciar a empresa. O fragmento 8 apresenta, ainda, o tema explícito de que não há nada de gestão ambiental, há somente o cumprimento da legislação e das regras da ANATEL. Os dois fragmentos também expressam os temas implícitos subentendidos de que houve conquistas em virtude do alarde promovido pela sociedade sobre a instalação dos equipamentos e havia necessidade de definir padrões, como foi feito no final de 2000 pela ANATEL, caso contrário, a empresa não teria a mesma postura sobre a questão ambiental. Esses temas baseiam o argumento de que a gestão ambiental passou a ser uma preocupação da empresa, a partir de pressões sociais e legais, processo já evidenciado por Hopfenbech (1993).

As representações sociais discutidas são utilizadas de maneiras distintas dentro dos discursos sobre a temática ambiental. A partir da análise de como essas representações são utilizadas, observou-se certa homogeneidade entre os discursos dos gestores e da alta administração e a fragmentação dos discursos dos técnicos.

Knights e Morgan (1991) oferecem elementos para a compreensão dessa configuração, quando destacam as distintas relações de poder e interesses que permeiam a organização e se apresentam nas construções discursivas. O argumento vai ao encontro da dualidade discursiva e das construções ambíguas, entre abertura para uma agenda verde e dissimulação, que Fineman (1996) associa à questão ambiental. Neste estudo não se observou nem uma plena dissimulação nem uma total abertura para a agenda verde. A bricolagem (CERTEAU, 1994) dos discursos que apresentavam temas inseridos em um ou outro posicionamento, revela a configuração ambígua de discursos e representações sobre a temática ambiental na Antena.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto de produção discursiva da Antena emergiram representações sociais que associaram os esforços relacionados à questão ambiental à: a) preocupação financeira; b) filantropia; c) vantagem competitiva; d) farsa para a construção de uma imagem positiva; e) obrigação legal. Essas representações emergiram, muitas vezes, de maneira imbricada, construindo outras, dentre as quais duas sintetizam o que aqui se entende como a representação social da temática ambiental na Antena: a) a questão ambiental é um conjunto de problemas a serem resolvidos para não prejudicarem o desempenho da empresa; b) os investimentos da organização nas soluções dos problemas ambientais devem ser recuperáveis, por meio de seu aproveitamento em ações mercadológicas.

É possível explicar o predomínio dessas representações ao se observar que, mesmo quando surge a filantropia, ela nunca está dissociada de outras representações ancoradas na própria empresa, em sua competitividade, sua imagem, suas obrigações legais, seu desempenho financeiro, seus investimentos, em fim, representações centradas na organização e não nas pessoas, na sociedade como um todo, também interlocutores da temática ambiental. Se em alguns discursos a pressão deles é reconhecida, o sentido é de um obstáculo a ser vencido. Quando o descontentamento com as práticas organizacionais é revelado, a esperança é ancorada na legislação, e não na articulação social, que, em alguns casos, a originou.

A falta desse reconhecimento privilegia a organização e seus representantes como atores legítimos para tratar da temática ambiental, afastando a articulação social mais ampla de suas conquistas e de construções futuras. Mas os próprios poluidores não podem ter mais legitimidade para

discutir as implicações de seus atos do que suas vítimas. Portanto, propõe-se a discussão da questão ambiental como algo que permeia a vida de todos, não apenas problemas ou obstáculos para os objetivos organizacionais, a serem tratados e resolvidos apenas nesse âmbito.

REFERÊNCIAS

- BARRY, D.; ELMES, M. Strategy retold: toward a narrative view of strategic discourse. **Academy of Management Journal**. Amherst, v. 2, p. 429-452, 1997.
- CARVALHO, L. C. M. Territorialidade em luta: uma análise dos discursos ecológicos. IF, **Série Registros**, v. 9, p. 1-56, 1991.
- CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Campinas: Pontes, 1987. 222 p.
- FINEMAN, S. Emotional subtexts in corporate greening. **Organization Studies**. Berlin, v. 3, p. 479-500, 1996.
- FIORIN, J. L. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 1989.
- FIORIN, J. L. **Linguagem e Ideologia**. 7ed. São Paulo: Ática, 2003. 87p.
- FOUCAULT, M. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.
- GUTBERLET J. **Produção Industrial e Política Ambiental**. São Paulo: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1996.
- HOPFENBECH, W. **The Green Management Revolution**. London:Prentice Hall, 1993
- JODELET, D. Représentations sociales: um domaine em expansion. In: JODELET, D. (Org.) **Les Representations Sociales**. Paris: PUF, 1989. p. 31-61.
- KNIGHTS, D.; MORGAN, G. **Corporate strategy, organizations and subjectivity: a critique**. Organization Studies. Berlin, v. 2, p. 251-273, 1991.
- MOSCOVICI, S. On social representations. In: FORGAS, J. P. (Ed.). **Social cognitions perspectives on everyday understanding**. New York: Academic Press, 1981. p. 181-209.
- MOSCOVICI, S. **Representações Sociais: investigações em Psicologia Social**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MOSCOVICI, S. The phenomenon of social representations. In: FARR, R.; MOSCOVICI, S. (Eds.) **Social Representations**. Cambridge: University Press, 1984. p. 3-69.
- MUMBY, D. K.; STOHL, C. **Power and discourse in organization studies: absence and the dialectic of control**. Discourse & Society. London, v. 3, p. 313-332, 1991.
- PARKER, B. Evolution and revolution: from international business to globalization. In: PORTER, M. E., VAN DER LINDE, C. Green and competitive. **Harvard Business Review**, Harvard, p. 120-134, sept-oct, 1995.
- SPINK, M. J. O estudo empírico das representações sociais. In: SPINK, M. J. (Org.). **O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social**. São Paulo, Brasiliense, 1993.

NOTAS EXPLICATIVAS

¹ANTENA, 10 nov. 2004.

²WATSON, T. J. Rhetoric, discourse and argument in organizational sense making: a reflexive tale. Organization Studies. Berlin, v. 5, p. 805-821, 1995.