

A colonialidade no discurso corporativo da “água da boa mesa” sob a ótica da Análise Crítica do Discurso

Autoria

Flávia Luciana Naves Mafra - flanaves@dae.ufla.br
Prog de Pós-Grad em Admin – PPGA/UFLA - Universidade Federal de Lavras

Christiane Batista de Paulo Lobato - chris_batista@yahoo.com.br
Prog de Pós-Grad em Admin – PPGA/UFLA - Universidade Federal de Lavras

Agradecimentos

À FAPEMIG pelo apoio para a participação no evento.

Resumo

Dentro do tema da gestão de recursos hídricos, destaca-se a tendência de crescimento da indústria de água mineral, evidenciando a poderosa disputa entre transnacionais pelas fontes de água doce do mundo. A configuração neoliberalista e de degradação do Estado-nação, evidencia as características contemporâneas dos Estados latino-americanos ainda colonizados, incentivando e estimulando a instalação de corporações transnacionais nestes países, e sua retirada do cenário das políticas públicas nacionais e privatização de serviços. O objetivo desse trabalho é compreender como o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço legitima a exploração de água como mercadoria, num exercício de colonialidade da natureza. Partimos do pressuposto de que a naturalização da água como mercadoria é uma das etapas fundamentais para a legitimação da exploração capitalista desse recurso e um ponto crítico em torno do qual se travam os conflitos entre empresas e movimentos sociais hoje. A análise do discurso corporativo, apresentado na homepage da Água Mineral São Lourenço, volta-se para a expressão da colonialidade da natureza que se manifesta na construção da água como mercadoria. As análises deste estudo demonstram que, sob a ótica da Análise Crítica do Discurso de Norman Fairclough, o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço promove uma elitização da água, cuja função ideológica se destaca com o intuito de retirar do contexto de debates e conflitos sociais e políticos o elemento água.

A colonialidade no discurso corporativo da “água da boa mesa” sob a ótica da Análise Crítica do Discurso¹

Resumo

Dentro do tema da gestão de recursos hídricos, destaca-se a tendência de crescimento da indústria de água mineral, evidenciando a poderosa disputa entre transnacionais pelas fontes de água doce do mundo. A configuração neoliberalista e de degradação do Estado-nação, evidencia as características contemporâneas dos Estados latino-americanos ainda colonizados, incentivando e estimulando a instalação de corporações transnacionais nestes países, e sua retirada do cenário das políticas públicas nacionais e privatização de serviços. O objetivo desse trabalho é compreender como o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço legitima a exploração de água como mercadoria, num exercício de colonialidade da natureza. Partimos do pressuposto de que a naturalização da água como mercadoria é uma das etapas fundamentais para a legitimação da exploração capitalista desse recurso e um ponto crítico em torno do qual se travam os conflitos entre empresas e movimentos sociais hoje. A análise do discurso corporativo, apresentado na *homepage* da Água Mineral São Lourenço, volta-se para a expressão da colonialidade da natureza que se manifesta na construção da água como mercadoria. As análises deste estudo demonstram que, sob a ótica da Análise Crítica do Discurso de Norman Fairclough, o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço promove uma elitização da água, cuja função ideológica se destaca com o intuito de retirar do contexto de debates e conflitos sociais e políticos o elemento água.

Palavras-chave: água mineral. Brasil. Análise Crítica do Discurso. Opção Decolonial. Transnacional.

Introdução

O debate sobre a exploração e uso de recursos hídricos tem se intensificado e tomado proporções estratégicas globais nas últimas décadas (BARLOW; CLARKE, 2003; BARLOW 2009; BARLOW 2015; BREI; BÖHM, 2011; BREI; BÖHM, 2013; FLORES, 2013; FLORES; MISOCZKY, 2015; OTTO; BÖHM, 2006). De um lado desse debate estão aqueles que defendem a água como bem comum (ativistas e movimentos sociais), que deveria ser acessível a toda população (BARLOW, 2015; PORTO GONÇALVES, 2008). De outro, estão aqueles - (corporações, bancos e organismos internacionais) – para os quais a água deve ser tratada como um recurso privado (*commodity*), a ser explorado por empresas e colocado no mercado com diferentes marcas (PORTO GONÇALVES, 2008; CAVALCANTI, 2014).

Atualmente, cerca de 750 milhões de pessoas no mundo ainda não possuem acesso a água potável confiável de forma sustentável, 1,8 bilhão utilizam fontes contaminadas e aproximadamente 2,5 bilhões de pessoas (mais de um terço da população mundial) não têm acesso a saneamento adequado (UN-WATER, 2014). Mas, enquanto a escassez de água potável interfere negativamente na vida de milhares de pessoas, tal situação é considerada por empresas como uma oportunidade de mercado. Ou seja, em essência, essas corporações contam com a deterioração da qualidade da água no mundo, para se manterem competitivas (BARLOW, 2009).

No centro desse conflito, verifica-se uma tendência de crescimento da indústria de água mineral e engarrafada no mundo (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ÁGUAS MINERAIS, 2014; BREI; BÖHM, 2011; DATAMONITOR, 2014), que depende fundamentalmente de incorporação por nossas sociedades do argumento corporativo de que água é uma mercadoria e deve ser explorada como tal, sem interferência ou gestão pública. Assim, o futuro das águas, a sobrevivência das populações que sofrem privação do recurso e

de toda nossa sociedade depende dos debates e da definição da água como bem comum ou como mercadoria.

O esforço das corporações tem sido bem sucedido na América Latina, onde se assiste à legitimação da dominação dos recursos naturais e, conseqüentemente a perpetuação de relações sociais desiguais, num processo que Assis (2014, p. 615) define como colonialidade da natureza, ou seja:

A existência de formas hegemônicas de se conceber e extrair recursos naturais considerando-os como mercadorias, ao mesmo tempo em que representa o aniquilamento de modos subalternos de convívio com o meio ambiente, bem como a perpetuação e justificação de formas assimétricas de poder no tocante à apropriação dos territórios.

Embora o *status* formal colonial nos países periféricos – como o Brasil - tenha se extinguido, a colonialidade permanece até os dias atuais (QUIJANO; WALLERSTEIN, 1992) e essa colonialidade facilita a operação de corporações transnacionais na exploração e superexploração dos recursos naturais, deixando os prejuízos para as comunidades locais.

A manutenção da diferença colonial, da dominação que permite a exploração de recursos naturais e a transformação dos mesmos em *commodities*, envolve além da coerção, do uso da força, o convencimento que anula as reações dos grupos subalternos. Para evitar a justificação (à crítica) das ações capitalistas, empresários e políticos adotam discursos cotidianos e públicos que associam lucro local e benefício global (CORONIL, 2005; BOLTANSKI, 2009; ASSIS, 2014), que moldam ações, práticas, comportamentos, políticas públicas e a dinâmica social de vários territórios atingidos pela ação das corporações. Portanto, é fundamental transpor tais visões e compreender as disputas que permeiam a legitimação desse discurso. Na busca por transpor as “histórias forjadas pela colonialidade do poder nas Américas” (MIGNOLO, 2005, p. 38), a desconstrução do discurso das elites ou dos representantes do capitalismo global que exploram os recursos naturais a partir da colonialidade, pode ser também uma forma útil de denunciar e superar a colonialidade que esse discurso contribui para legitimar.

Consideramos aqui que o discurso tem papel fundamental na reprodução da dominação que grupos sociais privilegiados exercem na sociedade (FAIRGLOUGH, 1991; PEDRO, 1997). Por isso, a interpretação dos discursos corporativos (hegemônicos), que refletem a colonialidade da natureza (ASSIS, 2014), será realizada por meio da Análise Crítica de Discurso (ACD) que compõe o aporte teórico-metodológico desse artigo.

O objetivo desse trabalho é compreender como o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço legitima a exploração de água como mercadoria, num exercício de colonialidade da natureza. Partimos do pressuposto de que a naturalização da água como mercadoria é uma das etapas fundamentais para a legitimação da exploração capitalista desse recurso e um ponto crítico em torno do qual se travam os conflitos entre empresas e movimentos sociais hoje.

O artigo está organizado em seis sessões, começando por essa introdução, seguida de referencial teórico que articula o conceito de colonialidade, a opção decolonial e a análise crítica de discurso. O terceiro faz uma breve contextualização dos conflitos em torno da água no mundo e, especificamente em torno da água mineral São Lourenço. Na quarta sessão detalhamos os procedimentos metodológicos e no quinto tópico analisamos o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço. Por fim, as considerações finais fazem um apanhado geral da pesquisa..

A colonialidade na exploração dos recursos naturais

A colonialidade é resultado do colonialismo moderno e institui-se em forma de um poder que supera a relação de dominação ou poder formal entre nações e povos (MALDONADO-TORRES, 2007), por meio de classificação social universal (QUIJANO, 2000, 2002, 2005) e se mantém como padrão do poder moderno que vincula a raça, o controle do trabalho, o Estado e a produção de conhecimento (WALSH, 2007).

Enquanto o colonialismo se refere a uma ordem de dominação direta, explícita, formal política, cultural e social de algumas sociedades (dominantes) sobre outras (dominadas), que se extingue com o fim da administração colonial (QUIJANO, 1992), a colonialidade persiste, como um elemento definidor de identidades e formas de organização dos países mesmo depois de livres do jugo formal das metrópoles. A colonialidade reproduz a dominação em quatro dimensões: poder, ser, saber (QUIJANO 2000, 2005) e natureza (WALSH, 2007), formando, assim, a matriz da colonialidade (MIGNOLO, 2010). Assim, o conceito de colonialidade do poder – as relações de colonialidade nas esferas política e econômica que não se extinguíram com o colonialismo – foi estendido para outros âmbitos, formando a matriz colonial do poder, ou seja, o entrelaçamento entre o controle da economia; da autoridade; do gênero e da sexualidade; da subjetividade; do conhecimento e da natureza e dos recursos naturais (MIGNOLO, 2010).

Dedicada a revelar e enfrentar a colonialidade, encontramos no campo acadêmico a opção decolonial, que fornece as lentes ontológicas e epistemológicas para “compreender e atuar no mundo, marcado pela permanência da colonialidade global nos diferentes níveis da vida pessoal e coletiva” (BALLESTRIN, 2013, p. 89). Trata-se de uma opção global de libertação (MIGNOLO, 2011).

A colonialidade da natureza - que particularmente interessa a esse trabalho - se refere à visão binária entre natureza e sociedade, descartando suas relações, julgando-as como mitos, folclore e lendas (WALSH, 2007). No contexto da modernidade, as relações sociais se baseiam na separação entre nós (subalternos) e eles (dominadores); entre natureza (entendida como atraso, mito, algo a ser domado) e cultura (o que é produzido nos centros de poder) (ESCOBAR, 2003, p. 57).

A crise ambiental indica os limites da moderna racionalidade instrumental; reflete o fracasso da modernidade em articular biologia e história mantendo a capitalização da natureza e do trabalho (LEFF, 2005; ESCOBAR, 2000).

A apropriação capitalista da natureza não envolve apenas a natureza inerte; ao explorar de forma ininterrupta e total os recursos naturais de determinada localidade, ignorando a história, a cultura e as relações sociais nas quais os elementos materiais estão envolvidos, os agentes capitalistas estão exercendo também dominação sobre as pessoas que vivem nesses espaços, sobre os territórios e os projetos autônomos que tais grupos possam desenvolver e implementar. Assim, as lutas em defesa da natureza precisam ser entendidas como lutas em defesa da diferença cultural, ecológica e econômica (ESCOBAR, 2000; CASTRO GOMES, 1998).

Como Assis (2014), partimos do pressuposto de que há uma colonialidade na apropriação da natureza, entendida tanto como resultado da construção no interior da modernidade de formas econômico-instrumentais de se pensar e explorar o meio ambiente, quanto como expressão de processos concretos de expropriação territorial que sustentam a lógica prevalecente da acumulação capitalista e mantém em funcionamento o sistema-mundo colonial moderno.

A opção decolonial admite que o meio ambiente, assim como os indivíduos, passou por um processo de ocultação pela história descrita pela racionalidade moderna ocidental deslocada. Neste sentido, a história ambiental da América Latina deve ser pensada de maneira mais complexa, buscando superar a abordagem superficial gerada pelo paradigma europeu

hegemônico. Para recontar esta história do conceito de ambiente, a complexidade ambiental deve superar as abordagens que dominam o campo das relações entre sociedade e natureza e “problematizar as relações entre ecologia e economia a partir do campo do poder e da cultura” (LEFF, 2005, p. 13).

Essa parece uma opção considerando que os estudos decoloniais buscam intensamente romper com estratégias de controle teóricos e epistêmicos adotados e legitimados pela modernidade, repensando e criticando a modernidade e o desenvolvimento, oferecendo novas formas de compreensão da realidade social totalizante, por meio de outras formas de enunciação particulares, possíveis e múltiplas de desenvolvimento. (ESCOBAR, 2008; NESKE, 2014).

A força do discurso das corporações no cenário atual da colonialidade está no fato de que, como aponta Escobar (2005), com a globalização, a dinâmica das racionalidades culturais e econômicas foram alteradas significativamente por processos globais. Suprimindo o lugar, a globalização causou consequências profundas na compreensão da cultura, do conhecimento, da natureza e da economia. O lugar se configurou como o “outro” da globalização. Essa configuração minou as possibilidades de se repensar a globalização, o capitalismo e a modernidade sob outra perspectiva que não a eurocêntrica/capitalcêntrica hegemônica (ESCOBAR, 2005).

É o capital global, na era neoliberalista e de degradação do Estado-nação, submetendo os lugares às suas operações, glocalizando cada vez mais os cenários (CORONIL, 2005; ESCOBAR, 2005).

A configuração neoliberalista e de degradação do Estado-nação, evidencia as características contemporâneas dos Estados latino-americanos ainda colonizados, incentivando e estimulando a instalação de corporações transnacionais nestes países, e sua retirada do cenário das políticas públicas nacionais e privatização de serviços. A subordinação dos Estados da América Latina se estende do período colonial aos dias atuais, favorecendo o estabelecimento de transnacionais americanas, europeias, ou seja, de países historicamente colonizadores, em busca de recursos, principalmente naturais, para superexploração. O discurso organizacional e estatal do desenvolvimento local, preservação ambiental e oferta de empregos é dissimulante, uma vez que, na prática, o que se observa são prejuízos sociais, ambientais e econômicos.

Trata-se da reprimarização dos países latino-americanos, intensificando a exploração extrativista, decorrente da racionalidade do mercado e do papel do Estado na política de ocupação territorial para exploração mineira, pecuária e agrícola. Trata-se da repaginação do colonialismo na dependência econômica dos países latino-americanos, que se configuram como “exportadores” de matéria-prima e riquezas da periferia para o centro, configurando padrões historicamente coloniais (JOHNSON; SILVA, 2013).

Os países considerados periféricos do ponto de vista capitalista têm sofrido cada vez mais com a instalação dos conglomerados financeiros e das corporações transnacionais em seus territórios, provocando relações assimétricas de poder entre esses atores e os atores locais. Por meio da globalização, o capital se infiltra e dita as regras sobre as sociedades, a natureza e o próprio Estado, que perde cada vez mais o controle sobre seu território e biodiversidade, refém das demandas do mercado financeiro. Perseguindo a acumulação do capital, as transnacionais, localizadas nos centros ou países historicamente colonizadores, se instalam em países periféricos, ou, como adotaremos neste estudo, com histórico de colonização. Adotando o discurso do desenvolvimento local, econômico e benefícios globais, usurpam territórios, recursos e riquezas, promovendo sua privatização. As relações hegemônicas pautadas em relações de poder coloniais garantem a extração ou exaustão dos recursos naturais, elementos essenciais ao capitalismo. Enquanto as transnacionais garantem

seus propósitos capitalistas à custa das riquezas dos territórios, as sociedades locais arcam com os prejuízos dessas atividades.

Na ideia de aldeia global como uma consequência da globalização, formada pelas corporações, Estados e meios de comunicação, a união se dá, efetivamente, entre os centros poderosos e as periferias subordinadas, que acabam excluídas mesmo quando os centros sugerem relações translocais. Para evitar a justificação (à crítica) das ações capitalistas, os empresários, políticos, jornalistas, etc., adotam discursos cotidianos e públicos que associam lucro local e benefício global (CORONIL, 2005; BOLTANSKI, 2009; ASSIS, 2014).

O discurso da gestão empresarial, que pretende ser ao mesmo tempo formal e histórico, global e situado, misturando preceitos gerais e exemplos paradigmáticos, constitui hoje a forma por excelência na qual o espírito do capitalismo é incorporado e oferecido como algo que deve ser compartilhado (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 46-53).

As transformações nas relações entre capital e trabalho, capital e recurso natural, e capital e Estado nacional permitem que a dominação do capital sobre a sociedade, sobre a natureza e sobre os Estados nacionais se desenvolva (LEIVA, 2005). Em um cenário neoliberal, a comoditização da natureza gera esgotamento dos bens ambientais de uso global comum (terra, ar, água) e a degradação de habitats naturais, mantendo alienados e subordinados os seres humanos que se inserem nesse sistema, sem qualquer alternativa.

Coronil (2005) explora o papel da natureza no capitalismo, como provedora de riqueza e modernidade e não apenas um recurso de produção. A prevalência da colonialidade e da dominação, por meio das corporações faz que com países como o Brasil percam, cada vez mais, a soberania sobre sua biodiversidade. Na perspectiva da colonialidade, os países periféricos sob a ótica capitalista, são alvo de expropriação de recursos naturais na busca pela acumulação do capital.

Dentre os mecanismos de poder que promovem a aceitabilidade da exploração territorial estão a consideração como vantagem comparativa no mercado mundial, a extração de riquezas naturais; discurso da disponibilidade de terras vazias, degradadas e inexploradas; necessidade de tornar o território economicamente produtivo; criação da ideia-força de que o progresso e o crescimento econômico se atrelam à extração de riquezas naturais; conciliação e harmonia entre exploração capitalista da natureza e preservação ambiental; e integração dos produtos primários à economia global como forma de pavimentar o caminho para era moderna (Assis, 2014). Trata-se de um discurso forte, de grande penetração que funciona como um instrumento poderoso na construção e manutenção da colonialidade, garantindo a eficácia desses instrumentos de poder.

A Análise Crítica de Discurso

Dentre várias possibilidades de análise do discurso, a proposta da Análise Crítica do Discurso de Norman Fairclough (ACD), foi escolhida nesse trabalho pelo seu comprometimento com a crítica e pelas afinidades que apresenta em relação a opção decolonial. A ACD é considerada uma abordagem transdisciplinar, com grande potencial de aplicação aos estudos organizacionais (FAIRCLOUGH, 2005). Para Fairclough (2012), a ACD é uma disciplina que se preocupa especialmente com as mudanças radicais da vida social contemporânea e com o papel exercido pela semiose dentro dos processos de mudança, o qual deve ser estabelecido por meio de análise. Como Pedro (1997) afirma, o objetivo da ACD é analisar e revelar o papel que o discurso opera na reprodução da dominação que grupos sociais privilegiados exercem na sociedade, criando e reproduzindo desigualdades

sociais como desvantagens políticas, discriminação racial e de gênero, desigualdades de classe e desigualdades culturais.

O conceito de discurso na ACD é visto como um modo de ação, uma prática social que modifica a realidade, sendo também por ela modificado e que pode ser trabalhado em três dimensões: texto (descrição), práticas discursivas (interpretação) e prática social (domínio explicativo) (FAIRCLOUGH, 2003).

Para compreender o discurso é fundamental analisar sua produção (quem e o que produz e para quem), distribuição (via quais mecanismos, a forma de organização) e consumo (por quem e como é consumido). Mas, os discursos operacionalizados por meio textos têm padrões, objetivos, focos diferentes. Por isso é importante para a ACD a análise de gêneros textuais que são “textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sócio-comunicativos caracterizados pela composição funcional, objetivo enunciativo e estilo, realizados na integração de forças históricas, sociais e institucionais” (MARCUSCHI, 2004-2005, p.14). Como atividades discursivas, os gêneros são sistemas de controle resultantes de desenvolvimentos históricos, culturais, políticos e sociais (MARCUSCHI, 2004-2005), relacionados, por sua vez, ao seu “investimento” de forma particular em domínios discursivos e instituições que tem um valor político e ideológico.

As análises de gêneros textuais contribuem para a compreensão do texto, tomado aqui “como qualquer produção linguística, falada ou escrita, de qualquer tamanho, que possa fazer sentido numa situação de comunicação humana, isto é, numa situação de interlocução” (COSTA VAL, 2004, p. 1). Como Fairclough (2008) afirma, os textos são traços ou pistas dos processos de produção das estruturas, das lutas sociais, bem como da interpretação dos sujeitos. Compreender esses elementos é importante também para articulá-los, uma vez que a análise textual deve ser trabalhada em conjunto com a análise da prática discursiva e da prática social. Entre essas atividades, as fronteiras são efetivamente tênues, considerando a própria concepção de discurso proposta pelo autor.

Na abordagem crítica, conceitos de hegemonia e ideologia são centrais. Análises críticas de discurso mostram como o discurso é moldado por relações de poder e ideologias e os efeitos construtivos que o discurso exerce sobre as identidades e relações sociais, sistemas de conhecimento e crença, nenhum dos quais é normalmente aparente para os participantes do discurso. Ideologias são significações da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação (FAIRCLOUGH, 2001).

Uma determinada estruturação social da diversidade semiótica pode ser hegemônica, tornar-se parte do senso comum legitimador que sustenta as relações de dominação (FAIRCLOUGH, 2012, p. 311), podendo ser contestada em momentos de crise. Hegemonia refere-se, no contexto da ACD, a um modo de dominação que se baseia em alianças, na incorporação de grupos subordinados e na geração de consentimento, mas cujas instabilidades são focos constantes de lutas (FAIRCLOUGH, 2001). Tais temáticas, bem como a perspectiva de denúncia e de desnaturalização da dominação também estão presentes na abordagem decolonial.

A exploração de águas no mundo e em São Lourenço

No contexto capitalista, a água como produto tem amplo e crescente mercado a ser explorado, às custas da capacidade de suporte das fontes e dos interesses e necessidades das comunidades que se desenvolvem no entorno. A água doce apropriada para o consumo humano representa apenas 2,5% do total de águas do mundo e somente 0,3% de toda a água doce do planeta está disponível em lagos e rios (SABESP, 2015). Esta água se encontra

desigualmente distribuída, representando 60% em apenas nove países, sujeitando 80 países a escassez de água (PRÜSS-ÜSTÜN A. et. al., 2008).

A previsão da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) é que a demanda hídrica mundial tenha um aumento de 55% em 2050. (UNITED NATIONS WORLD WATER ASSESSMENT PROGRAMME, 2015). Juntamente com essa demanda, cresce também o mercado de água engarrafada. O mercado de água engarrafada global teve receita total de US\$ 143.626 bilhões em 2013, representando uma taxa de crescimento anual composta de 6,0% entre 2009 e 2013 (DATAMONITOR, 2014). O setor encontra-se concentrado nas mãos de poucas empresas. Quatro transnacionais somam 45% do volume global de água envasada: Nestlé, Danone, Coca-Cola e Pepsico (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ÁGUAS MINERAIS, 2009), representando “um poderoso cartel corporativo da água que surgiu para assumir o controle de todos os aspectos da água a fim de obter lucro em benefício próprio” (BARLOW, 2009, p. 15).

Dentre as consequências do envasamento de águas estão a superexploração de aquíferos, a poluição decorrente do descarte de embalagens plásticas e do transporte do produto envasado (QUEIROZ, 2011), perdas econômicas, sociais, culturais para as populações que vivem próximas às fontes de água exploradas. E, tudo isso num contexto ainda pouco regulamentado mundialmente (SERRA, 2009).

A escassez de água e os prejuízos causados na exploração desse recurso por empresas têm sido denunciados por ativistas e movimentos sociais que cobram políticas públicas e ações concretas que possam, pelo menos, minimizar esse quadro. Em países como Canadá e Estados Unidos as comunidades têm se organizado para barrar a ação de empresas na exploração de águas (BONOGOFSKY, 2017).

Na América Latina, a longa história de governos autoritários, bem como a colonização violenta da maioria dos países desse continente, tem facilitado a atuação predatória das corporações na exploração de recursos naturais (LOPES, 2015; CORONIL, 2008). A partir da década de 60, com o aporte e a ingerência do Fundo Monetário Internacional (FMI) e do Banco Mundial, um amplo processo de privatização de serviços de abastecimento de água teve lugar no continente (LOPES, 2015).

Em 1890, São Lourenço foi a primeira água mineral da América Latina a ser engarrafada. A marca foi adquirida pela Nestlé em 1992 e em 1994, a empresa suíça passou a explorar os mananciais de água no município de mesmo nome (NESTLÉ, 2014) e a administrar o Parque das Águas Minerais (OLIVEIRA, 2011). A empresa manteve o nome da água (Água São Lourenço) já consolidada no mercado e investiu na expansão da exploração das fontes de água do município, que ficam dentro do parque de águas, o principal atrativo do município cuja economia é sustentada pelo turismo.

Desde então a população iniciou uma mobilização contra a empresa que se comunica pouco com a população e não apresenta justificativas para vários problemas decorrentes de sua atuação. A superexploração das águas minerais para engarrafamento, promovida pela Nestlé em São Lourenço, e comprovada em pesquisas, é responsável pelo rebaixamento dos níveis dos lençóis freáticos subterrâneos, diminuição do volume de vazão das fontes e alteração de sabores das águas (NINIS, 2006; GUIMARAES, 2009; QUEIROZ, 2011; OLIVEIRA, 2011; ALMEIDA, 2014).

A sociedade civil local se organizou em movimentos como o Cidadania pelas Águas e, mais recentemente, o Grupo Amarágua, para enfrentar a empresa. Depois de protestos, manifestações e ações junto a políticos e ao judiciário, em 2001, o Ministério Público Estadual moveu processo contra a empresa (ALMEIDA, 2014) que teve desfecho em 2006 com a assinatura de um termo de ajustamento de conduta. Mesmo assim, as reclamações de vários moradores contra a Nestlé continuam.

Enfrentando a resistência local e de movimentos globais em defesa da água, a empresa busca legitimar suas ações e para isso é fundamental consolidar a ideia de que a água (mineral) é uma mercadoria. Nesse sentido, seu discurso - entendido como prática social - é um fator fundamental nas lutas por hegemonia e garantia da continuidade da colonialidade da natureza.

Metodologia

Partindo do arcabouço teórico-metodológico discutido até aqui nos propomos a analisar o discurso corporativo, apresentado na *homepage* da Água Mineral São Lourenço, no endereço eletrônico: <https://www.nestle.com.br/portalnestle/parquedasaguas/produto.html#/harmonia>.

As análises, embora não exaustivas em relação às possibilidades do texto e da prática social, voltam-se para a expressão da colonialidade da natureza que se manifesta na construção da água como mercadoria.

A revisão de literatura e referencial teórico contribuem para o primeiro nível de análise que se refere à prática social, expressa na contextualização da exploração de águas no mundo e em São Lourenço. As análises de prática discursiva e textual foram realizadas a partir do *corpus* de análise que inclui três parágrafos de texto publicados na *homepage* da água mineral São Lourenço, que tem como título “Harmonia à mesa”.

Partindo desse texto, foram realizadas as análises destacadas a seguir:

Quadro 1 – Síntese da ACD no trabalho

Dimensões da análise da ACD	Aspectos analisados
Análise da prática social	Abordagem teórica e revisão de literatura
Análise da prática discursiva	<ul style="list-style-type: none"> • Mídium • Análise de gêneros textuais
Análise textual	<ul style="list-style-type: none"> • Linguagem • Processos relacionais (uso dos verbos ser e estar) • Impessoalização por autonomização (voz passiva-particípio) • Metáfora

Análises e resultados

Partindo da análise da prática social, e com o auxílio da revisão de literatura, estabelece-se o cenário e contexto para os conflitos sobre a água no mundo e especificamente em torno da água São Lourenço. Nesse contexto, apresentado aqui de forma sucinta, torna-se evidente a existência de uma disputa pela definição (hegemônica) da água como mercadoria ou como bem comum. Certamente, as empresas, priorizando seus interesses e lucros defendem a mercantilização desse recurso, utilizando as ferramentas disponíveis e sob seu controle.

Partindo para a análise da prática discursiva, o foco é dirigido para o discurso apresentado pela empresa, em *homepage* veiculada no *website* da mesma, com a denominação da “Água Mineral São Lourenço”, especificamente na aba que descreve a água mineral, denominada “Harmonia à Mesa”. Trata-se de um espaço sobre o qual a empresa tem total domínio, ou seja, traz as visões que ela pretende difundir sobre a água e que certamente é procurado por pessoas que têm interesse sobre a água mineral, sobre o município de São Lourenço e sobre a própria Nestlé.

Neste trabalho, aderimos à definição de *homepage* como mídiuim ou meio de suporte, uma vez que uma *homepage* pode carregar uma série de gêneros (MARCUSCHI, 2008). Esta definição refere-se ao modo de manifestação material do discurso, ou seja, o seu suporte e sua maneira de difusão (MAINGUENEAU, 2013). Difundidos por esse meio, o texto está acessível para qualquer pessoa com compreensão da língua portuguesa e de ferramentas de internet, o que torna sua abrangência ampla.

Como gênero, a texto estudado assemelha-se a umanúncio, com textos sintéticos e apresentação de imagens, voltado para divulgação da marca. Ou seja, é uma forma de comunicação de massa que transmite informações assim como incita determinados tipos de comportamento, por possuir um caráter persuasivo justamente por ser destinado à venda de um produto ou serviço (FARIA; PINTO, 2010).

Em função das características do gênero analisado, pela forma de divulgação (mídiuim) utilizada que atinge grande número de pessoas, bem como pelo controle exercido pela empresa sobre o conteúdo da página-anúncio – intitulada “Harmonia à mesa” – o discurso produzido pela empresa e difundido para um público amplo, constitui-se num instrumento de construção de hegemonia, ampliando a distribuição, consumo e aceitação de ideias apresentadas.

O caminho para se chegar até a *homepage* Água Mineral São Lourenço, começa pelo acesso ao *website* da Nestlé que a hospeda. Ao fazer isso, abre-se uma página dividida verticalmente entre a água São Lourenço (lado esquerdo, no qual concentraremos nossas análises) e o parque das águas (lado direito). Essa separação virtual reflete o esforço cotidiano da empresa para separar o engarrafamento de água mineral (que seria de interesse privado) do funcionamento do parque das águas (de interesse coletivo). No mundo concreto da cidade de São Lourenço, a empresa - tão logo assumiu a exploração de águas - construiu um muro, de grandes dimensões, para separar a área de engarrafamento de água do restante do parque, restringindo acesso e controle por parte da população. Esse fato, que foi um dos estopins para o movimento de resistência contra a Nestlé em São Lourenço, revela a reprodução de formas assimétricas de poder no tocante à apropriação dos territórios (ASSIS, 2014). Tal apropriação se baseia, contudo, numa ficção: de que é possível separar a exploração de um recurso natural de seu uso coletivo em espaços concretos inscritos social, histórica e politicamente. No caso da água isso é ainda mais evidente, uma vez que tal recurso é produzido no subsolo, em ritmos próprios, e qualquer exploração acima dos limites que são assinalados pela própria natureza, implicarão não apenas numa redução de água para engarrafamento, mas de água para consumo no parque, no município e em toda região. O texto a ser analisado é composto de três parágrafos. O primeiro, intitulado (assim como a própria página) “harmonia à mesa”, cria o contexto da mesa, na qual a água mineral São Lourenço faz sentido, se enquadra. O segundo e o terceiro, intitulados, “a água da boa mesa”, traz as características que diferenciam e definem a forma adequada de uso ou consumo da água mineral São Lourenço.

HARMONIA À MESA

1. Uma refeição inesquecível é feita de convidados especiais, pratos bem preparados e
2. bebidas bem escolhidas. Com mais de um século de história, a Água Mineral São
3. Lourenço é sinônimo de uma água pura, leve e naturalmente gasosa. A sua elegância e
4. sofisticação são expressas por bolhas finas e delicadas que prolongam a sensação
5. gustativa. Graças às suas propriedades minerais e características únicas, está entre as
6. dez melhores águas do mundo.

ÁGUA DA BOA MESA

7. Na gastronomia, nada prepara melhor o paladar e realça uma grande refeição como
8. a água. Ela deve ser servida logo à chegada e consumida durante toda a sequência
9. de pratos. Isso porque limpa, purifica e prepara as papilas gustativas para melhor
10. explorar os aromas e sabores da refeição. O ideal é que a água esteja em
11. temperatura ambiente – de 20 a 25oC. Muito gelada, ela compromete a percepção
12. dos quatro sabores básicos - doce, amargo, azedo (ou ácido) e salgado.
13. Considerada a água dos bons momentos à mesa, São Lourenço também é perfeita
14. para quem deseja enriquecer a experiência da degustação.
15. O seu discreto sabor completa com elegância a santíssima trindade de uma refeição
16. de respeito: comida, vinho e água. Prazeres que alimentam a alma.

O texto explicita o contexto ao qual se refere: aquele de uma refeição inesquecível, que, por sua vez, depende de atributos específicos dos convidados (“especiais”), dos pratos (“bem preparados”) e das bebidas (“bem escolhidas”). Portanto, se uma pessoa escolhe a água mineral São Lourenço para sua refeição ela faz uma boa escolha. A água mineral São Lourenço que é adjetivada por sua “elegância”, “sofisticação” - termos pouco comuns quando o tema é água – contribui para retirar do ambiente comum do debate, transportando-o para outra dimensão. A função da água – matar a sede – é substituída pelo “prolongar a sensação gustativa”. E tudo isso é tratado de forma natural, com o auxílio de processos relacionais, identificados pelo uso dos verbos “ser” e “estar” (é, está, foi), como se verifica nas linhas 1, 3,4, 5,8, 10 e 13 dos quadros anteriores. O uso dos processos relacionais busca naturalizar o que é apresentado, como algo tomado como certo, cuja discussão fosse desnecessária (MEURER, 2007).

Tais processos, aliados ao uso de linguagem rebuscada podem levar ao distanciamento daqueles que não se identificam com essa visão ou se sentem, efetivamente excluídos por ela, principalmente quando o discurso deixa claro que a água mineral São Lourenço não está disponível para todos, em qualquer contexto. O uso da linguagem contribui, por outro lado, para outras pessoas interessadas em consumir recursos diferenciados e, principalmente, que possam atender aos requisitos criados e difundidos pela empresa, se aproximem desse discurso e se tornem consumidores da água mineral São Lourenço. O discurso, portanto, define não apenas o que é a água mineral São Lourenço, mas também quem poderá e como irá consumi-la. Considerando as condições de distribuição e consumo desse discurso, ele é elemento-chave na perpetuação de formas assimétricas de poder na exploração de recursos naturais (ASSIS, 2014), uma vez que busca naturalizar a concepção da água como mercadoria, justificando as ações da corporação e contribuindo para a manutenção da hegemonia da mesma nessa relação.

O título do segundo e terceiro parágrafos é o *slogan* utilizado no rótulo da água mineral São Lourenço: “A água da boa mesa”. *Slogans* são fórmulas endereçadas ao público, e sua força reside tanto em sua forma quanto em seu sentido. Pela brevidade, o *slogan* chama a atenção não sobre si mesmo, mas sobre o que diz ou dá a entender, conseguindo o seu objetivo: persuadir o sujeito à compra do produto ou à mudança de comportamento (SILVA e RIGOLON, 2009).

A utilização de metáfora no slogan “A água da boa mesa”, busca estruturar a realidade de uma maneira particular, ou seja, elitizando o discurso. A significação de coisas por meio de metáforas implica na construção da realidade de uma maneira específica (deixando de lado outra forma possível). “As metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como

agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

Com esse slogan-título o texto reafirma a ideia de que a água não é para todos, mas apenas para o que eles que podem frequentar o que a empresa define na continuidade do texto como “boa mesa”, ou seja, o espaço da gastronomia. A passagem abrupta do texto – do título para a primeira linha com a utilização do conectivo “Na” faz o trabalho de localizar a boa mesa, que já tinha sido apresentado de forma sutil no primeiro parágrafo. Trata-se do ambiente a gastronomia onde a água não tem por função matar a sede mas preparar melhor (essa última palavra é importante para não ofender os “convidados especiais” consumidores ideias do recurso e que, portanto, já têm o paladar preparado) o paladar e realçar uma grande refeição como a água. Ao definir “na gastronomia”, o texto define o contexto no qual se insere a água, retirando o discurso do âmbito social e político. Podemos dizer então, que o discurso corporativo sobre a água mineral São Lourenço promove uma elitização da água. Contudo, ao longo do segundo parágrafo do texto a empresa já não especifica a água mineral São Lourenço (como faz no primeiro e no terceiro), mas refere-se à água de forma genérica. A função ideológica do discurso se destaca com o intuito de diferenciar, elitizar e retirar do contexto de debates e conflitos sociais e políticos o elemento água.

O segundo e o terceiro parágrafos são também marcados por expressões normativas (“deve ser”, “o ideal”, “é perfeita para”) que, assim como o uso do particípio (“considerada”) impede a identificação do ator (que consideraria) naturalizando uma suposta concordância geral com a ideia de que a água São Lourenço é a água da boa mesa – rótulo criado pela empresa. Essa estratégia é utilizada para encobrir efeitos de sentido ideológico, denominada de impersonalização por autonomização (RESENDE; RAMALHO, 2014), que empresta uma espécie de autoridade impessoal aos enunciados, que, sem atribuição clara de enunciados ganham “objetividade”, passando a ser valorizados como verdadeiros.

Em todos os parágrafos do texto, a água é apresentada de maneira interdependente aos outros elementos, seja a mesa, a refeição, a gastronomia, a comida ou o vinho. É por meio dessa cadeia de interdependências que a água se elitiza e mercantiliza. Por isso “completa com elegância a santíssima trindade de uma refeição de respeito”. E o que é uma refeição de respeito? Aquela que contém três elementos: comida, vinho e água.

O discurso empresarial sobre a água mineral São Lourenço é direcionado para aqueles que atuam no universo da gastronomia seja como produtores ou consumidores, um mercado que tem crescido no Brasil e no mundo nos últimos anos. Com isso, mesmo sem usar a palavra produto ou mercadoria, o discurso contribui para a transformação da água mineral (e talvez das águas em geral) como algo completamente diferente do líquido que mata a sede. A água São Lourenço é apresentada como um recurso privado, a ser apropriado por aqueles que apresentam características que os tornam aptos a utilizar essa suposta iguaria dentro de padrões definidos pela empresa como corretos. “Os diferentes discursos não apenas representam o mundo ‘concreto’, mas também projetam possibilidades diferentes da ‘realidade’, ou seja, relacionam-se a projetos de mudança do mundo de acordo com perspectivas particulares” (RESENDE; RAMALHO, 2014, p. 71).

Mesmo não usando expressões como mercadoria ou produto, a empresa deixa claro que a água mineral São Lourenço não é água. Tal diferenciação é evidenciada no trecho “(...) a Água Mineral São Lourenço é sinônimo de uma água pura, leve e naturalmente gasosa”, indicando que, ao ser engarrafada, ela deixa de ser água sob a perspectiva do senso comum e geral, uma vez que a utilização do verbo ser (é) serve para naturalizar a definição apresentada. Por sinônimo entende-se palavra de significado semelhante a outra e que pode, em alguns contextos, ser usada em seu lugar sem alterar o significado da sentença. A água mineral São Lourenço tem características similares a uma água “pura, leve e naturalmente gasosa”, mas não é exatamente o mesmo.

Mesmo a ausência de referência sobre determinado tema num texto, deve ser considerado nas análises. O que Fairclough (2001) chama de “língua do silêncio” é também um modo de intervenção que deve ser considerada nas análises.

Tal silenciamento sobre o aspecto central, água como recurso comum ou como produto, não é mero acaso. A empresa apenas utiliza uma forma mais sutil de colocar e difundir seu ponto de vista. Primeiro, a empresa explora o nome São Lourenço que tem tradição de qualidade, que traz consigo histórias, tradições, inovações, cultura, história, relações sociais (ESCOBAR, 2000) que são ignoradas pela empresa em sua atuação, mas que são úteis no momento da propaganda como se vê na linha 2 “com mais de um século de história...”. Enquanto há cada vez mais questionamentos sobre a atuação de corporações como a Nestlé, ela se consolida por meio da reputação de outras marcas e das histórias que as sustentam. Em segundo lugar, não mencionar a palavra produto, silenciar sobre o foco central dos conflitos envolvendo a água, é uma forma de naturalizar o que se diz. É como se o que é dito na *homepage* da água mineral São Lourenço, não fosse produzido pela empresa, mas fosse apenas uma informação desinteressada ou mesmo de autoridade, o que naturaliza a visão de mundo que se quer impor.

Como lembra Fairclough (2001), as pessoas podem interpretar e reagir ao discurso de modo opositivo mesmo se sua oposição não for expressa explicitamente.

Na análise do texto da *homepage*, verificamos que há um esforço de representação da água mineral São Lourenço, como algo único, para um público específico, que demanda alguns elementos e condições para ser devidamente utilizado. O discurso revela a tentativa de estabelecer significados específicos para a expressão água mineral, por meio de sua adjetivação da água São Lourenço por meio de textos sem sujeito que buscam reforçar a autoridade do mesmo diante da sociedade. Desta forma, o discurso aqui analisado implica numa construção particular da realidade (mundo físico, relações sociais, identidades sociais) que contribui para a produção e reprodução de relações de dominação, ou seja, busca assegurar a manutenção de uma ideologia (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117).

Trata-se também de um exercício de colonialidade, que reforça a diferença sobre a qual está ancorada toda a estrutura do sistema-mundo-colonial-moderno. A organização da população mundial em povos superiores e inferiores - “o princípio organizador que estrutura todas as múltiplas hierarquias do sistema-mundo” (GROSFOGUEL, 2008, p. 123) - gerou uma epistemologia territorial e imperial (moderna eurocêntrica), que suprimiu as histórias e memórias locais. O discurso produzido por aqueles que se colocam como superiores produziu historicamente projetos globais que atualmente são configurados segundo a ordem mundial do mercado capitalista que tem sua expansão associada à modernidade (MIGNOLO, 2003; 2005).

Considerações finais

Pelas análises deste estudo, evidencia-se que, sob a ótica da Análise Crítica do Discurso de Norman Fairclough, o discurso corporativo apresentado na *homepage* da Água Mineral São Lourenço promove uma elitização da água, cuja função ideológica se destaca com o intuito de retirar do contexto de debates e conflitos sociais e políticos o elemento água.

O uso de silenciamentos e metáforas no discurso corporativo apresentado na *homepage* da marca busca construir e reforçar a realidade de uma maneira específica, ou seja, abordando a água mineral de forma elitizada e mercantil.

Em função das características do gênero discursivo analisado e pela sua forma de divulgação, o discurso produzido pela empresa e difundido para um público amplo, constitui-se num instrumento de construção de hegemonia, ampliando a distribuição, consumo e aceitação de ideias apresentadas.

Ademais, pode-se inferir que, sob a ótica da opção decolonial, o discurso corporativo apresentado na *homepage* da marca dissimula a colonialidade da natureza ao tratar a água mineral como um produto a ser consumido, uma criação cultural proveniente da dimensão hegemônica (capitalista), evidenciando relações assimétricas de poder entre aqueles que consideram a água um bem comum e aqueles que consideram a água uma *commodity*. Essa dissimulação discursiva/ colonial, em função da posição geopolítica ocupada pela transnacional, atinge um número muito grande de pessoas e acaba por invisibilizar os aspectos de colonialidade envolvidos no processo de mercantilização da água mineral engarrafada da marca São Lourenço.

Referencias

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ÁGUAS MINERAIS. Mercado mundial de água continuará em expansão nos próximos cinco anos. **Revista Água e Vida**, São Paulo, ano 12, n. 60, p.10-11, 2009.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ÁGUAS MINERAIS. Verão atípico reforça tendência de crescimento do setor de água mineral. **Revista Água e Vida**, São Paulo, ano 15, n. 81, p.17, 2014.
- ALMEIDA, M. **A ameaça da Nestlé às águas de São Lourenço**. Disponível em: <<http://resoutraspalavras.net/outrasmidias/destaque-outras-midias/a-ameaca-da-nestle-as-aguas-de-sao-lourenco/>> Acesso em: 20 ago. 2014.
- ASSIS, W. F. T. Do colonialismo à colonialidade: expropriação territorial na periferia do capitalismo. **Caderno CRH**, Salvador, v. 27, n. 72, p. 613-627, Set./Dez. 2014.
- BALLESTRIN, L. América Latina e o giro decolonial. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.11, pp.89–117, 2013.
- BARLOW, M. **Água Pacto Azul**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2009.
- BARLOW, M. **Água Futuro Azul**. Como proteger a água potável para o futuro das pessoas e do planeta para sempre São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2015.
- BARLOW, M.; CLARKE, T. **Ouro azul**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2003.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, E. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BONOGOFSKY, A. "NESTLÉ is Trying to Break Us": A Pennsylvania town fights predatory water extraction.2017. Truth Out. Disponível em: <<http://www.truth-out.org/news/item/35780-nestle-is-trying-to-break-us-a-pennsylvania-town-fights-predatory-water-extraction>>. Acesso em: 21 jan. 2017.
- BREI, V. A.; BÖHM, S. Corporate social responsibility as cultural meaning management: a critique of the marketing of ethical bottled water. **Business Ethics** (Oxford. Print), v. 20, p. 233-252, 2011.
- BREI, V.; BÖHM, S. '1L=10L for Africa': Corporate social responsibility and the transformation of bottled water into a 'consumer activist' commodity. **Discourse & Society**, v. 25, p. 3-31, 2013.
- CASTRO GOMES, S. Latinoamericanismo, Modernidad, Globalización. Prolegómenos a una crítica poscolonial de la razón. 1998). CASTRO-GÓMEZ, S.; MENDIETA, E. (orgs.). **Teorías sin disciplina**. México: Miguel Ángel Porrúa, p. 169-206, 1998.
- CAVALCANTI, E. Água e cidadania: a privatização dos recursos hídricos e os atores sociais, **Revista Jurídica**, v.3, n.36, p. 84-102, 2014.
- CORONIL, F. Natureza do pós-colonialismo: do eurocentrismo ao globocentrismo. In: LANDER, E. (Org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e Ciências Sociais**. Perspectivas latino-americanas. Buenos Aires: CLACSO, p. 103-132, 2005.

- COSTA VAL, M. G. Texto, textualidade e textualização. IN: CECCANTINI, J.L. T.; PEREIRA, R. F.; ZANCHETTA JR., J. **Pedagogia Cidadã: cadernos de formação: Língua Portuguesa**. v. 1. São Paulo: UNESP, p. 113-128, 2004.
- DATAMONITOR. 2014. **Global bottled water: industry guide**. Disponível em: http://www.datamonitor.com/store/Product/bottled_water_global_industry_guide?productid=ML00016-264>. Acesso em: 20 jul. 2015.
- ESCOBAR, A. El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: ¿globalización o postdesarrollo? LANDER, E. (Org.) **La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires: CLACSO, p. 113-144, 1999.
- ESCOBAR, AMUNDOS Y CONOCIMIENTOS DE OTRO MODO»1 El programa de investigación de modernidad/colonialidad latinoamericano Tabula Rasa. Bogotá - Colombia, n.1: 51-86, jan.dez., 2003.
- ESCOBAR, A. El lugar de la naturaleza y la naturaleza del lugar: ¿globalización o postdesarrollo?. In: LANDER, E. (org.). **La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas**. Buenos Aires: CLACSO, p. 113-143, 2005.
- ESCOBAR, A. **Territories of Difference: Place, Movements, Life, Redes**. Durham: Ed. Duke University Press, 2008.
- FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. London: New York: Routledge. 2003.
- FAIRCLOUGH, N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research. In: , Wodak; Meyer. **Methods of critical discourse analysis**. 2 ed. Londres: Sage, p. 121-138, 2005.
- FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.
- FAIRCLOUGH, N. Análise crítica do discurso como método em pesquisa social. **Linha d'Água**, v. 2, n. 25, p. 307-329, 2012.
- FARIA, T. J.; PINTO, V.M.R. Características do gênero anúncio publicitário sob as óticas de Bakhtin e Bronckhart. In: X CONGRESSO DE EDUCAÇÃO DO NORTE PIONEIRO, 2010, Jacarezinho... **Anais...** Jacarezinho, 2010, p.249-255.
- FLORES, R. K. **Dos Antagonismos na Apropriação Capitalista da Água à sua Conceção como Bem Comum**. 2013. 219 p. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.
- FLORES, R. K.; MISOCZKY, M. C. Dos Antagonismos na Apropriação Capitalista da Água à sua Conceção como Bem Comum. **Organizações & Sociedade** (Online), v. 22, p. 237-250, 2015.
- GUIMARAES, B. C. **Direitos coletivos ambientais e a exploração (in) sustentável das águas minerais**. Belo Horizonte: Mandamentos, 2009.
- GRUPO AMARÁGUA. **Memória histórica sobre a atuação da Nestlé em São Lourenço**. São Lourenço, 2013.
- GROSFUGUEL, R. Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: Transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, v. 80, p. 115-147, 008.
- JOHNSON, G. A. ; SILVA, M. A. Hegemonia e políticas públicas na América Latina. In: **XXIX Congresso ALAS- Crises e emergências sociais na América Latina**, 2013, Santiago. Acta Científica XXIX Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Santiago: Editora FACSIO, 2013, v. 1, p. 1-6.
- LEFF, E. Construindo a História Ambiental da América Latina. **Revista Esboços**, v. 12, n. 13, p. 11-29, 2005

- LEIVA, O. C. **La economía mundial a inicios del siglo XXI**. In: Seminário Internacional Alternativas Globalização Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2005. Disponível em:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/reggen/pp11.pdf>>. Acesso em: 12 jun.2016.
- LOPES, M.B. E se a água deixar de ser mercadoria? Disponível em:
<http://outraspalavras.net/brasil/se-a-agua-deixar-de-ser-mercadoria/>>. Acesso em: 10 mar. 2016.
- MALDONADO-TORRES, N. Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. In: CASTRO-GOMEZ, S.; GROSFUGUEL, R. (org.). **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**. Bogota: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporaneos, Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.
- MAINGENEAU, D. Análise de textos de comunicação. 6.ed. São Paulo: Cortez, 2013.
- MARCUSCHI, L. A. O papel da atividade discursiva no exercício do controle social. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**. n. 7, p. 07-33, 2004-2005.
- MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MIGNOLO, W. Cambiando las éticas y las políticas del conocimiento: lógica de la colonialidad y postcolonialidad imperial. **Tabula Rasa**, Bogotá, v. 3, p. 47-71, 2005.
- MIGNOLO, W. **Desobediencia epistémica: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad**. Argentina: Ediciones Del Signo, 2010.
- MIGNOLO, W. **The Darker Side of Western Modernity: Global Futures, Decolonial Options**. London: Duke University Press, 2011.
- NESKE, M. Z. **Colonialidade e Desenvolvimento: a ressignificação do lugar em “zonas marginalizadas” no sul do Rio Grande do Sul**. 2014. 160p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.
- NESTLÉ. **Parque das águas**. Disponível em:
<<http://www.nestle.com.br/portalnestle/ParquedasAguas/>> Acesso em: 18 nov. 2014.
- NINIS, A. B. **A Ecologia política e a exploração da água mineral de São Lourenço**. 2006. 163 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- OLIVEIRA, J. A. **Águas (de) São Lourenço: investigação sobre os impactos da exploração de água mineral no turismo sustentável**. 2011. 219 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) - Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2011.
- OTTO, B.; BÖHM, S. “The People” and resistance against international business: the case of the Bolivian “Water War”’. **Critical Perspectives on International Business**, v.2, n. 4, 299–320. 2006.
- PEDRO, E. R. Análise crítica do discurso: aspectos teóricos, metodológicos e analíticos. In: PEDRO, E. R. (Org.). **Análise crítica do discurso**. Lisboa: Editorial Caminho, p. 19-46, 1997.
- PORTO GONÇALVES, C. W. **A luta pela apropriação e reapropriação social da água na América Latina**. Observatório Latinoamericano de Geopolítica. 2008. Disponível em:
<http://www.geopolitica.ws/author/carlos-walter-porto-goncalves/>. Acessado:25 de julho de 2016.
- PRÜSS-ÜSTÜN A. et. al. **Safer water, better health: costs, benefits and sustainability of interventions to protect and promote health**. Geneva: World Health Organization, 2008.
- QUEIROZ, J.T.M. **O campo das águas envasadas: determinantes, políticas públicas, consequências socioambientais, qualidade das águas e percepções**. 2011.254 p. Tese (Doutorado em Saneamento, Meio Ambiente e Recursos Hídricos) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

- QUIJANO, Aníbal; WALLERSTEIN, Immanuel. Americanity as a concept; or, The Americas in the modern world. **International Social Science Journal**, 1992.
- QUIJANO, A. Colonialidad del poder y clasificación social. **Journal of World-systems Research**, v. 11, n. 2, p. 342-386, 2000.
- QUIJANO, A. Colonialidade, poder, globalização e democracia. **Novos Rumos**. n. 37, p. 4-28, 2002.
- QUIJANO, A. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina. In: LANDER, E. (Org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas**. Buenos Aires. Buenos Aires: Clacso, p. 105-127, 2005.
- RESENDE, V. de M.; RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2014.
- SABESP. **Água no planeta**. Disponível em:
<<http://site.sabesp.com.br/site/interna/Default.aspx?secaoId=97>>. Acesso em: 21 jul. 2015.
- SERRA, S. H. **Águas Minerais do Brasil**. Campinas: Millennium Editora, 2009.
- SILVA, E. S.; RIGOLON, W. O slogan publicitário: algumas estratégias argumentativas. **Rumos**. v.2, n. 4, p. 69-84, 2009.
- STOP NESTLÉ WATERS. **While Californians struggle with the drought, Nestle wants to pump even more water from the stricken state**. 2016. Disponível em:
<<http://stopnestlewaters.org/2015/05/15/1016/1016>>. Acesso em: 17 ago. 2016.
- UN-WATER. **Global analysis and assessment of sanitation and drinking-water (GLAAS) 2014 report: investing in water and sanitation: increasing access, reducing inequalities**. Geneva: World Health Organization, 2014.
- UNITED NATIONS WORLD WATER ASSESSMENT PROGRAMME. **The United Nations World Water Development Report 2015: Water for a Sustainable World**. Paris: UNESCO, 2015.
- WALSH, C. Shifting the Geopolitics of Critical Knowledge: Decolonial Thought and Cultural Studies 'Others' in the Andes. **Cultural Studies**, v. 21, n. 2-3, p. 224-239, 2007.

ⁱ As autoras agradecem ao apoio da Fapemig.