



Caso Enron: Blecaute na Gestão¹

Clóvis César PEDRINI JR²

Lucas Gomes THIMÓTEO³

Liberaci Pascuetto PERIN⁴

Faculdade Sul Brasil, Toledo, PR

Universidade Estadual do Centro Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

Refletir sobre um momento crucial do comportamento das Organizações no mercado financeiro e, por meio de uma abordagem comunicacional, discutir as produções noticiosas e acadêmicas acerca das Comunicações Institucionais, buscando subsídios que elucidem de que maneira elas podem contribuir para a composição de um cenário fantasioso de lucratividade e sucesso. É essa a pretensão desse ensaio a partir do Caso da empresa energética americana Enron, a maior falência da história do capitalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão Organizacional; mercado financeiro; fraude; comunicação.

ENERGIA A TODA PROVA

“Consideramos as ações da “Enron” acima da média do mercado e mantemos nosso preço alvo de 85 dólares por ação. (Morgan Stanley Dean Witter, 12 de julho de 2001. As ações fecharam a 39,26 dólares nesse dia)”

“A “Enron” tem avançado no processo de reorientar seu foco para atividades mais lucrativas (...). Nosso preço-alvo para a ação é de 44 dólares. (Merrill Lynch, 9 de outubro de 2001. As ações fecharam a 26,55 dólares.)”

“Mantemos nossa recomendação de compra e nosso preço-alvo para os próximos 12 meses é de 45 dólares por ação. (CIBC, 17 de outubro de 2001. Ações a 29,06 dólares)”

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Pós-Graduando do Curso de MBA em Marketing: comunicação, propaganda e vendas da FASUL-PR, email: clovispjr@hotmail.com.

³ Estudante do Curso de Especialização em Comunicação, multimeios e negócios da UNICENTRO-PR, email: lucasthimoteo@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de MBA em Marketing: comunicação, propaganda e vendas da FASUL-PR, email: liberaci@brturbo.com.



*“As notícias da morte da Enron são muito exageradas. A ação deve ter um desempenho superior ao do mercado, e o preço-alvo é de 30 dólares por ação. (Bemstein Research, 1º de novembro de 2001. Haja otimismo. As ações fecharam a 9,53 dólares, e a empresa esperava uma alta de 215%).”*⁵

Essa era a imagem corporativa da Enron antes da sua bancarrota. Para aquele quem não conhece a história dessa empresa, talvez seja difícil conceber, diante de tais afirmações balizadas que, sim, a referida empresa das frases avalistas acima faliu. E da pior forma possível, literalmente.

Desde já é bom termos as conceitualizações de Manuel Castells sobre o mercado financeiro que é, como último recurso, onde o mercado atribui valor a qualquer atividade econômica – representada por ações, títulos, ou qualquer outro tipo de patrimônio. “O valor das empresas, e, assim, sua capacidade de atrair investidores, depende do juízo do mercado financeiro. Como se forma esse juízo? Quais são os critérios fundamentais da valorização do mercado?” Como são formatadas assertivas como as acima? Para Castells essa é umas das questões mais complexas da economia, e não há consenso. Mas arrisca esclarecendo que “sabemos que o capitalismo se baseia na procura incessante de lucro. Assim a resposta à pergunta formulada acima deve ser simples: o mercado valoriza ações, e outros títulos, segundo a lucratividade da firma ou da atividade econômica.” (1999, p.197).

Em tempo, para o leitor que questiona por que de um exemplo americano, a opção deve-se pelo Caso Enron já ser um dos mais simbólicos da história no quesito fracasso empresarial. Com isso, seus fatores motivadores e catalisadores não se distanciam da realidade brasileira e é um retrato da crise financeira, e por que não dizer moral, em que se encontra a economia global. Joseph Nocera, didático colunista de finanças do New York Times, lembra “que nenhum escândalo do gênero criou tanta repulsa popular nos EUA desde o caso de Richard Whitney, o presidente da Bolsa de Valores de Nova York, que nos anos 30 roubou de forma alucinada dos seus clientes”⁶.

⁵ GRADILONE, Cláudio. **Que análise!** 14 de fevereiro de 2002. Revista Exame. Disponível em <http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0760/empresas/m0044720.html>

⁶ Caio Blinder para BBC de Nova York: **Caso Enron é marco no acerto de contas em onda de escândalos.** 2002.



Além disso, constitui-se num acontecimento que está com seu ciclo fechado, concluído, pelo menos juridicamente, já que os milhares de funcionários e acionistas enganados pela Enron sofrem até hoje as conseqüências de pensões e fundos de aposentadoria desviados para balanços fictícios da empresa, de não recebimentos de garantias trabalhistas e não ressarcimento do valor investido e profetizado nas ações. E, francamente, a investigação por um caso exemplar brasileiro onde os culpados foram devidamente julgados e condenados poderia levar a fadiga.

Mas a Enron Corporation, antiga NYSE (ENE) não deixou de ser objeto citações mesmo depois de sua falência e os estudos decorrentes dela podem ser feitas por diversas abordagens, desde as possibilidades de recuperação judicial da empresa após sua falência⁷ até a legitimação de discursos em prol da saúde e imagem da empresa por meio de análises tendenciosas de mercado e de artigos acadêmicos (inocentes?) em forma de “*cases studies*”, normalmente tido como “cases de sucesso” que trazem os *step by step* de empresas que geram lucros exorbitantes e deixam os empregados mais felizes apenas com o uso das cores em sua fachada, a implantação de algum programa de melhoria com nome de sigla, ou com a reformulação da logo.



Barbieri e Cajazeira optaram por analisar o Caso Enron pelo viés da comunicação institucional apontando que:

“os problemas com balanços falsos são as pontas de *icebergs* que colocam na berlinda a comunicação institucional de uma organização, com suas publicações de diversos tipos, desde as econômicas, passando pelas socioambientais chegando aos informes de caráter geral. De fato, nenhuma outra área estratégica de uma organização foi tão impactada, questionada e colocada à prova quanto às comunicações institucionais, quer internamente, quer externamente.” (2010).

A afirmação é de que as tais publicações das Organizações, nas mais variadas áreas, não só a financeira e contábil, existem, *a priori*, para elucidar a verdade

⁷ Para essa discussão com interfaces com a realidade jurídica brasileira ver William Eustaquio de Carvalho (advogado da ALE Combustíveis S.A., membro do Clube do Petróleo) in **Caso Enron**: breve análise da empresa em crise.



verdadeira das conjecturações institucionais e tem o objetivo de informar e acalmar o mercado, investidores, funcionários, governos e a comunidade circundante em forma de relatórios, planilhas, ações, lucros e empregados sorridentes.

Por outro lado, quando vem à tona o descobrimento de demonstrativos falsos, esses mesmos documentos, incumbidos de moldar a imagem franciscana da empresa, tornar-se-ão nas mais letais das armas que acabaram por corroborar para a derrocada da empresa ⁸.

Lindsay Waters, editor da Harvard University Press, editora de umas mais importantes universidades do mundo é taxativo. Em seu livro *“Inimigos da esperança: publicar, perecer e o eclipse da erudição”* ele afirma que essa espécie de produção acadêmica, emoldurada em forma de cases de sucesso, são maneiras falaciosas de pesquisa. São legitimações discursivas. É como se o lucro tivesse se tornado a pedra que encerra a discussão. Pois bem, gerou lucro, logo não há o que o desabone, mesmo que a única causa apontada seja o novo design da logo.

Nega-se as várias negociações (e negociatas) que as multinacionais engendram para aterrissar em mercados onde terão abatimento de impostos, cessão de local de instalação, subsídios governamentais, ignoram-se os lobbies a que muitas Organizações estão dispostas a fazer para se beneficiarem de legislações e constituições falhas. Sem entrar nas questões menos aparentes de negligência às leis trabalhistas, a pressão psicológica aos funcionários, os turnos engasgantes, o acesso a matérias primas por meios, no mínimo, auditáveis. Para Waters:

“Entramos na região sombria da pesquisa acadêmica, e agora as exigências de produtividade estão levando à produção de um número muito maior de coisas sem sentido. Em épocas como esta, pesquisadores inescrupulosos e inebriados fazem alegações falsas sob a aparência de serem interessantes, mas que são também inverificáveis.” (Waters, 2006. p.28).

Para não ficar apenas na elucubração lembremos o caso da Nike que “após uma trajetória de sucesso ininterrupto, suas ações caíram de US\$ 76,00 em 1997 para US\$ 42,00 em 1998 quando veio a público denúncias de que a empresa se beneficiava de condições de trabalho desumanos na Indonésia, Vietnã, China etc.” (Barbieri, Cajazeira. 2009). De lobistas do Mcdonalds que forçavam a aprovação de uma lei que lhes

⁸ Para mais de análise do Caso Enron a partir do viés de tecnologias e gestão de informação e comunicação e de imagem institucional ver BARBIERI, J.C.; CAJAZEIRA, J.E.R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.



diminuíssem a carga tributária, escândalo de 2005, conhecido como “venda de legislação”⁹. Ou ainda a recente denúncia contra indústrias da Azaléia no Nordeste em que trabalhadores continuam trabalhando mesmo depois de terem membros amputados pelas máquinas¹⁰.

O lucro tornou-se a meta, até mesmo, de produções acadêmicas, não importa seus meios. E se esses são ilícitos, então já não compete mais a Academia, torna-se assunto jurídico. Sentirá saudades da máxima que a Universidade é o olhar crítico e atento da sociedade. Ela agora se prestara apenas a legitimar discursos rasos das Corporações. Ora, se o tal sucesso venho das novas cores escolhidas para a identidade da empresa, acreditemos, afinal é um “*case* de sucesso”, nada mais deve ser questionado.

Ainda em tom eufórico, o autor apontará outra característica da sociedade americana, que encaixa perfeitamente a essa discussão. No capítulo intitulado “Do cinismo à iconoclastia – a promoção do *status quo*”, temos esmiuçada a recorrente eleição de símbolos que se prestaram a servir de modelos de conduta.

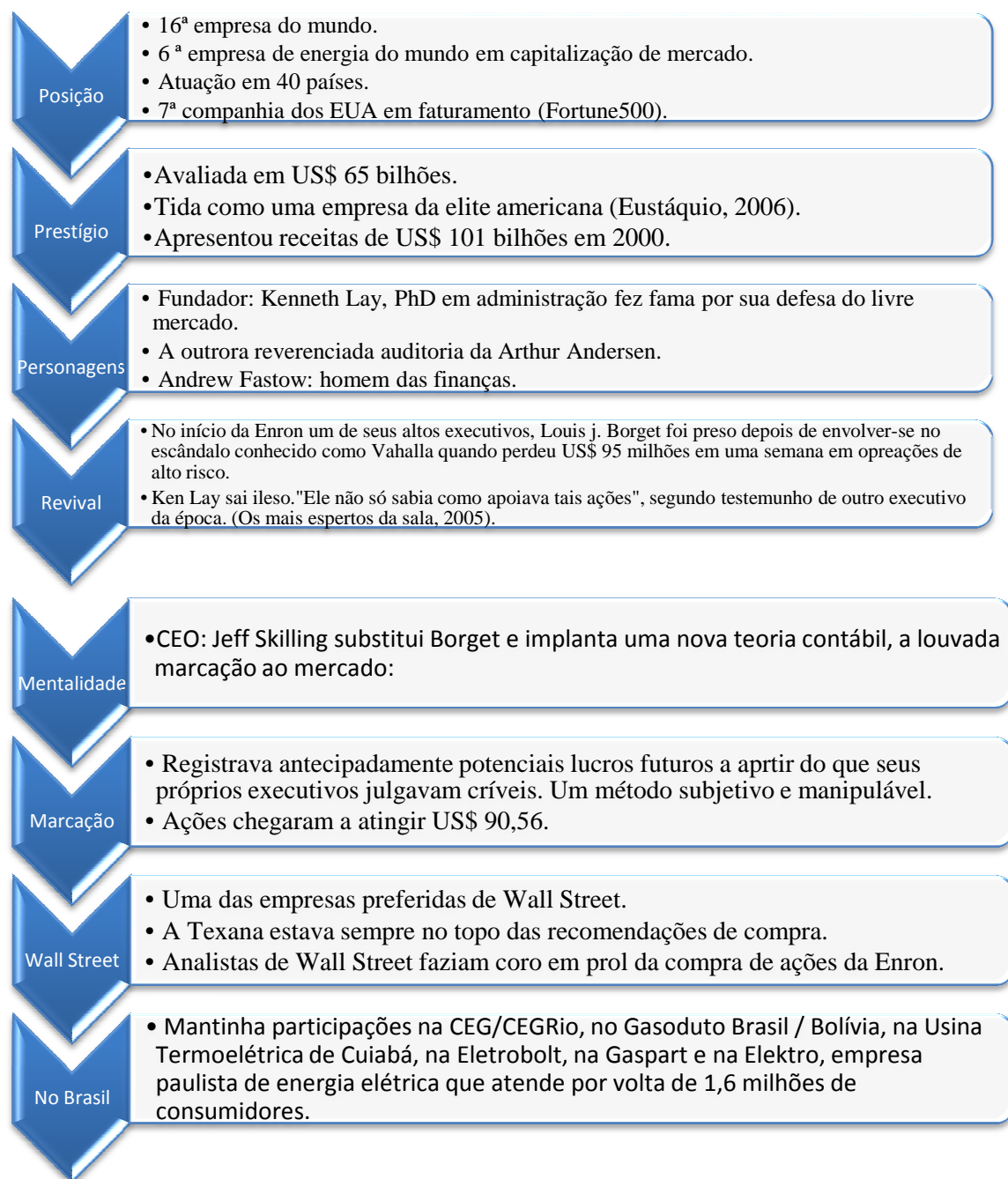
A empresa texana foi por muito tempo esse simplório arauto, seus parceiros e investidores pareciam receber os dotes sociais e de altivez ao pactuar e dar fé à postura “criativa e agressiva” da empresa na sua movimentação no mercado financeiro, uma vez que ela é resultado de complexa combinação de leis de mercado, estratégias empresariais, (des)regulamentos de motivação política, maquinações de bancos centrais, ideologia de tecnocratas, psicologia de massa, manobras especulativas, informações turbulentas de origens diversas e apostas em hipóteses (Castells, p.144. 1999). E não só isso, pois para “alcançar o mercado financeiro, e competir por um valor mais alto nele, empresas, instituições e indivíduos precisam realizar o duro trabalho (...) da criação de imagens.” (p. 201). Assim, no processo que gera a valorização, expresso em valor financeiro (sempre incerto), acaba-se produzindo e consumindo inclusive as imagens, reunindo informações na geração de valor a partir da nossa crença (p.202). A Enron tinha todos esses ingredientes.

⁹ Para mais informações sobre esse caso acesse: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u100526.shtml>. FERNANDES, Fátima. ROLLI, Cláudia. **Franqueados cobram US\$ 3 mi do McDonald's**. 20 de setembro de 2005. Folha de São Paulo. Para o desenrolar do caso acesse: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u408199.shtml>. SOUZA, Leonardo. **McDonald's nos EUA sabia de lobby fiscal, diz ex-executivo**. 03 de junho de 2008. Folha de São Paulo. Brasília.

¹⁰ Para contraponto cita-se a Suzano e CPFL como exemplos de responsabilidade. Revista Exame 2008. Para mais da denúncia contra a Azaléia de Itapetinga na Bahia acesse: http://www.diarioliberalidade.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1111:video-vulcabras-azaleia-mutilou-mais-de-80-trabalhadores-em-itapetinga&catid=58:laboreconomia&Itemid=69. E o portal r7.com.



O PASSO A PASSO DO CASO

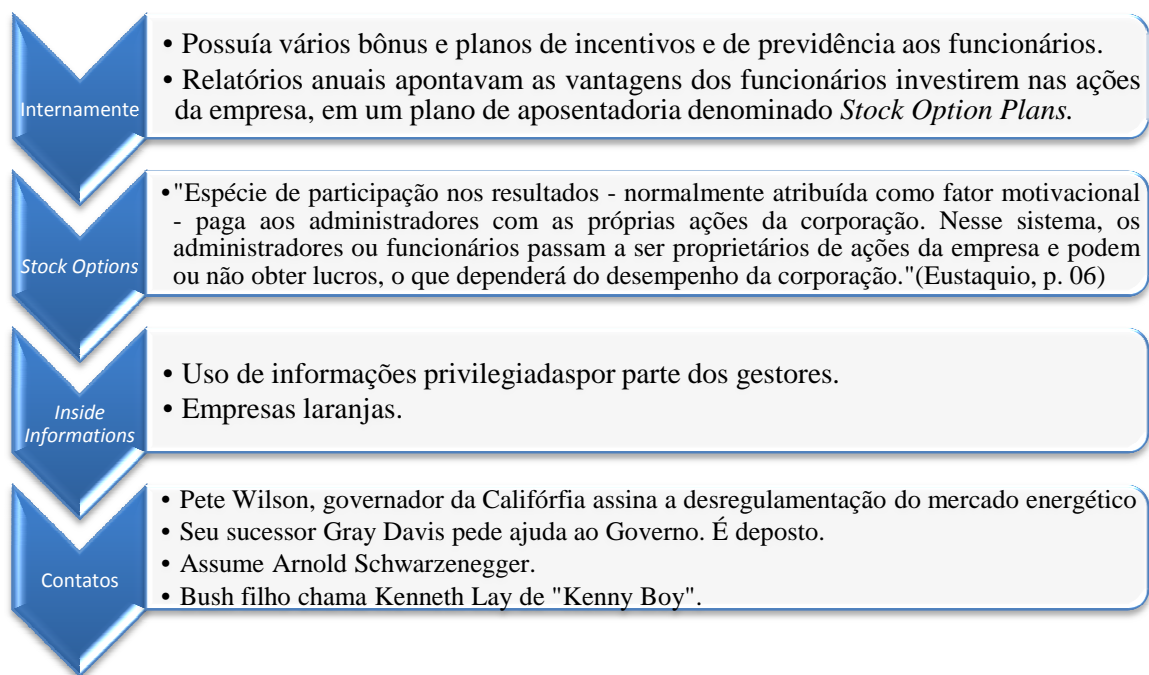


Antes da crise, pelos números mostrados anteriormente e pelo prestígio no mercado a Enron era sinônimo de altivez financeira e arrojo contábil. Seus administradores eram reconhecidos pela coragem frente aos negócios e constantemente convidados como palestrantes de honra onde proferiam sobre uma empresa “sem comparação quanto à lucratividade” (Gradilone, 2002).



Com isso não é difícil de supor por que A Gigante Texana também foi alvo do vislumbamento acadêmico, principalmente nos Estados Unidos. Era modelo a ser estudado e constantemente alvo dos *cases studies*, que demonstravam o passo a passo de seu sucesso no que tange à conceitos que algumas áreas adoram como: Identidade corporativa, Gestão de marca, Geração de vantagens corporativas, Vantagens competitivas, Endomarketig, Solidez contábil, Fluidez contábil, Empreendedorismo, dentre outros tópicos de estudo usados como “legitimadores de discurso” (Waters).

Diante de todo esse vento a favor pré crise, em que até o corpo Acadêmico sucumbiu às sacadas magistras do mercado cabe a discussão proposta por Waters de quão independente é o pesquisador que está prestes a lançar tais *cases* específicos de empresas. Não teriam esses artigos científico se transformado num chumalhaço de desculpas publicáveis usadas como formas institucionalizáveis daquilo que a Organização quer transparecer? Afinal a história é contada pelos vencedores.



O APAGAR DAS LUZES

A primeira estratégia utilizada pelos altos executivos da Enron era o uso de *inside informations* que é a utilização de informações privilegiadas por parte dos gestores em benefício próprio. “Sob as regras da SEC, uma pessoa com acesso a informações privilegiadas (*insider*) está proibida de negociar com base em tais informações” (Cupertino et al. 2002). Isso gerou uma enorme assimetria de informação



entre os diversos escalões da empresa trazendo prejuízo para os funcionários de níveis mais baixos que eram convencidos a aderirem ao *Stock Options Plans*: o fundo de pensão dos funcionários da empresa tinha uma parcela dos seus recursos aplicados nas ações da empresa.

Nos demonstrativos da empresa da renda de grandes contratos de derivativos de energia a contabilização era feita pelo seu valor bruto e não pelo seu valor líquido. Assim a divulgação era de valores que jamais entraram em seus cofres e serviam para mascarar perdas exorbitantes.

“Se um cliente da Merrill Lynch vende 10.000 ações de uma empresa, ao preço de US\$500 mil, a Merrill contabilizaria apenas a comissão da venda de ações ou o *spread* existente entre a oferta de compra e a oferta de venda da ação, ou seja, aproximadamente 500 dólares. A Enron, em uma operação equivalente à citada acima, contabilizaria o valor integral de US\$500 mil. A diferença existente é relevante. A Enron gerou enormes receitas - mas lucros relativamente pequenos - comprando e vendendo os mesmos ativos (derivativos) constantemente”. (Cupertino ET AL. 2002).

Tecnicamente, a Enron utilizou empresas coligadas e controladas para inflar seu resultado, “uma prática comum nas empresas. Através de *SPE’s (Special Purpose Entities)*, a empresa transferia passivos, camuflava despesas, alavancava empréstimos, *leasings*, securitizações e montava arriscadas operações com derivativos”. O colunista da Revista Exame David Cohen resumiu de forma adequada a prática que levou a Enron à ruína: “A Enron varria débitos para entidades especiais das quais detinha participação majoritária, mas que, por causa de uma norma contábil duvidosa, não eram consolidadas no balanço final.” (Eustaquio).

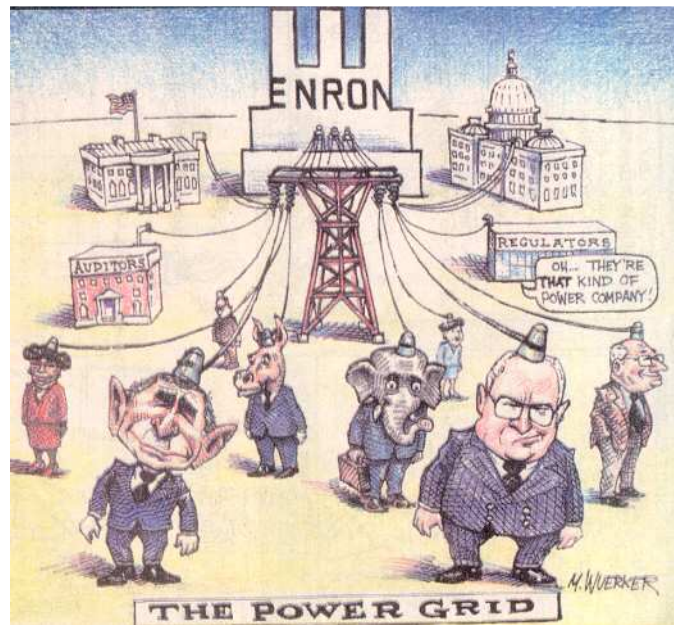
Outro fator crucial foi a desregulamentação total do mercado de energia assinada pelo então Governador da Califórnia Pete Wilson. Essa abertura desenfreada, nunca antes presenciada em nenhuma parte do mundo, permitiu que a Enron comprasse eletricidade dos produtores e revendesse aos consumidores, utilizando-se, por vezes, de suas parcerias no exterior para mascarar problemas financeiros e continuar recebendo dinheiro e crédito. Assim diante dos painéis da Companhia os *traders* “acompanhavam o preço da eletricidade por regiões e por estado e direcionavam a energia produzida para os mercados mais valorizados” (Os mais espertos da sala, 2005), ainda assim, quando a demanda diminuiu demasiadamente, os negociadores desfilaram seu golpe mais sujo: desligaram as usinas para forçar uma alta nos preços.



O resultado foi visto no mundo inteiro, menos em São Francisco e Los Angeles que ficaram no escuro, no maior blecaute já registrado nestas cidades, mesmo com energia sobrando e com o valor das contas de luz na estratosfera.

De mãos atadas por causa da desregulamentação, o sucessor do governo da Califórnia, Gray Davis, e possível concorrente de Bush para presidência, foi a Washington pedir ajuda ao governo federal. Foi destronado e substituído por Arnold Schwarzenegger.

“Kenny Boy” era amigo íntimo de George W. Bush e assim chamado intimamente por este além de ser um dos principais apoiadores da campanha presidencial de Bush filho. Por um momento houve a expectativa de que o escândalo iria bater na porta da Casa Branca.



Fonte: Art.com¹¹

Além da marcação ao mercado, outra contribuição de Skilling foi a difusão de um espírito extremamente agressivo de competição interna e de busca por resultados a qualquer preço. Suas interpretações pessoais sobre o evolucionismo o levaram a adotar um sistema de avaliação que demitia anualmente 15% do total dos empregados, aqueles com pior avaliação. “Pisaríamos no pescoço de quem quer que fosse para cumprir as metas” revelou um ex-funcionário da Enron no filme “Os mais espertos da sala” de 2005.

Mas na hora do naufrágio Bush recolheu a mão ao seu velho amigo Kenny Boy saindo quase ileso do escândalo. Já o mesmo não aconteceu com os responsáveis pela

¹¹ Disponível em business.nmsu.edu/~dboje/enron/.



auditoria da Companhia Energética. Ela levou consigo a outrora reverenciada Arthur Andersen de auditoria. A Andersen foi envolvida numa crise de proporções gigantescas. Uma das cinco maiores firmas de auditoria do mundo, a Andersen era responsável por auditar as contas da Enron. Porém, paralelamente, “a Andersen atuava como consultora da Enron, desenvolvendo uma atividade que envolvia um claro conflito de interesses e um problema moral, se não legal”.

“No caso da Enron, existia conflito de interesses da auditoria, executada pela Arthur Andersen desde 1985, uma vez que a mesma também recebia por consultorias realizadas para a empresa. No ano de 2.000, a Andersen recebeu US\$ 27 milhões pelas consultorias e US\$ 25 milhões pelas auditorias (New York Times). Nesse sentido, a investigação preliminar levantou suspeita forte de que a Andersen tinha conhecimento dos problemas contábeis da Enron. A passividade da empresa pode ter sido em decorrência do risco de perda de milionárias fontes de receita”. (Cupertino ET AL.)

O INÍCIO DO FIM

Logo surgiram problemas para manter a maximização de valor das ações da empresa e a cada falcatrua para esconder os prejuízos exigia contorcionismos contábeis ainda maiores de Andy Fastow, o homem das finanças da Enron.

E como hoje parece óbvio, os primeiros olhares de desconfianças à Enron não vieram do mercado nem dos teóricos acadêmicos.

O primeiro crítico da Enron foi John Olson analista de baixo calão do banco Merrill Lynch, demitido semanas depois. Fastow depositou US\$ 50 milhões em investimentos no Merrill Lynch dias após.

Depois disso Chung Wu, um simples corretor da UBS PaineWebber em Houston, enviou um e-mail para 73 clientes de investimentos dizendo que a Enron estava com problemas e advertia-os a venderem suas cotas o quanto antes.

Após esses dois sinais a jovem repórter Bethany McLean da revista Fortune procura Skilling para uma entrevista, mas não é recebida. No dia seguinte Andy Fastow aparece logo de manhã na redação da Fortune com documentos para tentar explicar os lucros da Enron. McLean publica a matéria “A Enron não estaria supervalorizada?”.

Retomemos que a geração de expectativas se dá num processo subjetivo, de uma visão de futuro vaga, alguns conhecimentos internos distribuídos *on-line* por gurus financeiros, da criação consciente de imagens e comportamento de rebanho misturado com informações turbulentas da geopolítica e da economia, ou simplesmente pelos



humores pessoais dos principais participantes dos Bancos Centrais e Ministérios da Fazenda (Castells, p.200. 1999).



Fonte: Magpictures ¹²



Fonte: VanityFair ¹³

A Maharashtra State Electricity Board e a Blockbuster deixam de negociar com a Enron. Meses depois, em agosto de 2001, Jeff Skilling pede demissão levando consigo US\$250 milhões após vender suas próprias ações da Enron. Logo em seguida Ken Lay vende suas 627.000 ações por US\$ 80 cada e fatura mais US\$ 50 milhões. “Kenneth Lay reuniu mais de 200 milhões de dólares em ações nos últimos quatro anos vendidas antes que o escândalo estourasse e transformasse em pó o fundo de pensão de mais de 20 mil funcionários da empresa”.¹⁴



Fonte: Hermes Press ¹⁵

A empresa admite ter exagerado os ganhos em R\$ 57 bilhões desde 1997. A “Enron” - então considerada uma potência empresarial – entra em dois de dezembro de

¹² Disponível em <http://www.magpictures.com/pressKits.htm>. Legenda da foto: Former Enron Chairman Kenneth Lay (l.) and former Enron CEO Jeff Skilling at Enron Headquarters, from Alex Gibney's "Enron: The Smartest Guys in the Room", a Magnolia Pictures release. PHOTO CREDIT: Wyatt McSpadden. Former Enron CEO Jeff Skilling outside Enron Headquarters, from Alex Gibney's "Enron: The Smartest Guys in the Room", a Magnolia Pictures release. PHOTO CREDIT: Wyatt McSpadden.

¹³ Disponível em <http://www.vanityfair.com/contributors/bethany-mclean>. Photo by Gasper Tringale.

¹⁴ EXAME. São Paulo: Abril, ed. 759, n. 3, fev. 2002. p. 10.

¹⁵ Disponível em http://www.hermes-press.com/bush_crony.htm.



2001 com seu pedido de Concordata. Dez dias após, o Congresso Americano começa a analisar a falência do grupo, o qual possuía uma dívida aproximada de 22 bilhões de dólares e têm US\$ 60 bilhões de sua capitalização de mercado, flutuantes, bloqueados.

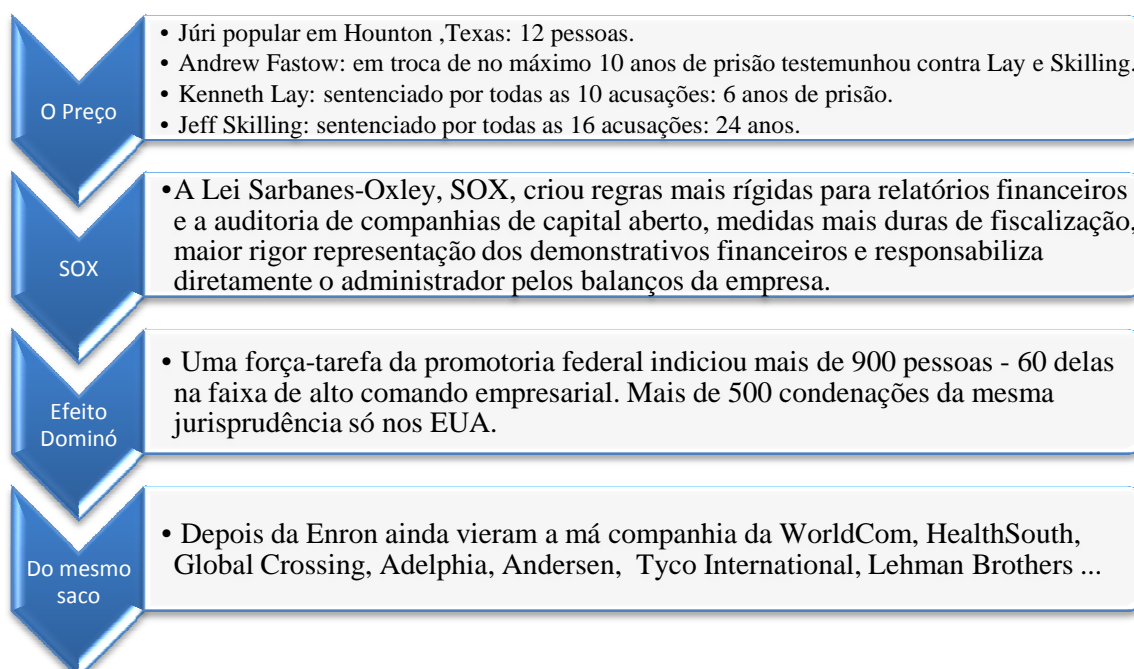
Com a falência decretada funcionários ficam na berlinda. Os investidores, vítimas da própria ganância tem de se contentar em vender suas ações – que chegaram a ultrapassar US\$ 90 – a US\$ 0,30 cada.



Fonte: *Monitoring Inside & out*¹⁶

Dentre os que perderam tudo estavam os tonitruantes da Enron, o City Group, o Merrill Lynch e o J.P.Morgan.

Esse último elabora o índice ‘risco - Brasil’.



Para uma empresa que chegou a ganhar dos especialistas o título de “*America's Most Innovative Company*”, é um fim vergonhoso, e triste para os mais de 22.000

¹⁶ Disponível em <http://blog.sciencelogic.com/satyam-being-eaten-by-the-tiger/01/2009>



funcionários que até então trabalhavam em uma das “*100 Best Companies to Work for in America*”.¹⁷

Esse momento histórico do mercado financeiro, que abarca estruturas legislativas e práticas contábeis, que corrobora para um pensar acadêmico, jornalístico e de comunicação organizacional faz Castells nos lembrar que o conceito de lucro sempre foi uma versão nobre de um instinto humano mais profundo e mais fundamental: ganância. “Parece que agora a ganância é expressa de maneira mais direta da geração de valor por meio de expectativa de um valor mais alto – alterando as regras do jogo sem alterar a natureza do jogo (...). Vale tudo contanto que se gere excedente monetário e que seja apropriado pelo investidor.” (p.201).

Lindsay Waters, diante disso, afirma: “meu palpite então é que os falsos lucros da Enron são como as falsas realizações acadêmicas” (2006. P.13). Que não sejamos os responsáveis, nem as próximas vítimas, da ganância ou das falsas realizações jornalísticas, acadêmicas e organizacionais.

¹⁷ Pela Revista Fortune durante seis anos consecutivos, entre de 1996 a 2000.



REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática.** São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. Trad. Roneide Venancio Majer. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698p.

CUPERTINO, César Medeiros *et.al.* **Análise da queda de um grande conglomerado empresarial sobre a ótica da *agency theory*.** UnB: 2006.

EUSTAQUIO, William de Carvalho. **Caso Enron: breve análise da empresa em crise.** UFMG: 2006.

GRADILONE, Cláudio. **Que análise!** Revista Exame, São Paulo. Ano 36, n.4, p.23, fev./ 2002.

WATERS, Lindsay. **Inimigos da esperança.** Publicar, perecer e o eclipse da erudição. Trad. Luiz Henrique de Araújo Dutra. São Paulo: UNESP, 2006. 96p.

Filme: Enron – **Os mais espertos da sala.** Direção: Alex Gibney. EUA, 2005.