

A Visão Tridimensional do Poder e a Teoria da Agência: Qual a Contribuição de Lukes?

The Three-dimensional View of Power and Agency Theory: What is Lukes' Contribution?

Raquel Souza Ramos¹, Joséte Florencio Santos²,
Marianny Jessica de Brito Silva³,
Jackeline Amantino de Andrade²

¹Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Gestão, Caruaru, PE, Brasil.

²Universidade Federal de Pernambuco, DCA, PROPAD, Recife, PE, Brasil.

³Universidade Federal de Pernambuco, Núcleo de Gestão, PPGIC, Caruaru, PE, Brasil.

Resumo

Objetivo: O artigo visou analisar a teoria da agência à luz de Lukes e sua proposta tridimensional de poder que estabelece a possibilidade de um conflito latente nas organizações.

Método/abordagem: O trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica, mediante análise e confronto de referenciais teóricos.

Contribuições teóricas/práticas/sociais: Percebeu-se que, na relação entre acionistas e gestores, os mecanismos de poder estão ligados especialmente à terceira dimensão de poder, alçada na manipulação do principal sobre o agente por meio da máxima referente à propriedade e da oferta de ações executivas ao próprio gestor. Entretanto, é necessário considerar também o exercício do poder pelo agente, ainda que haja assimetria no nível de dominação comparado ao principal.

Originalidade/relevância: O estudo revelou que, ao invés de ressaltar na teoria da agência a dicotomia bom *versus* mau, deve-se refletir sobre a dominação e a resistência nesse processo, que podem partir, de ambos os lados.

Palavras-chave: Teoria da Agência; Visão Tridimensional de Poder, Conflito, Relação Principal-Agente.

Abstract

Purpose: The article aimed to analyze the agency theory in the light of Lukes and his three-dimensional proposal of power that establishes the possibility of a latent conflict in organizations.

Design/methodology/approach: The work was developed through bibliographic research, through analysis and comparison of theoretical references.

Research, Practical & Social implications: It was noticed that, in the relationship between shareholders and managers, the mechanisms of power are linked especially to the third dimension of power, which is involved in the manipulation of the principal over the agent by means of the maxim referring to ownership and the offering of executive actions to manager. However, it is also necessary to consider the exercise of power by the agent, even though there is an asymmetry in the level of domination compared to the main one.

Originality/value: The study revealed that, instead of emphasizing in the agency theory the dichotomy good versus bad, one must reflect on the domination and resistance in this process, which can start from both sides.

Keywords: Agency Theory; Three-Dimensional View of Power, Conflict, Main-Agent Relationship.

Introdução

Apesar de sua laboriosa definição, é possível encontrar na literatura inúmeros conceitos e/ou definições de poder. Quase todas, indubitavelmente, corroboram com a noção mais genérica desse termo, retratado quando alguém ou algum grupo impõe sua vontade a outros que passam a fazer coisas que de outra forma não fariam (Macedo, 2002). O poder e suas manifestações são utilizados para a compreensão das organizações, a ponto de ser entendido por Clegg *et al.* (2006) como elemento central da análise organizacional.

A compreensão do poder nas organizações é analisada sob duas perspectivas: uma abordagem funcionalista, que trata o poder enquanto recurso útil e maleável, positivo quando usado pelos gestores e negativo quando usado contra eles, e outra crítica, considerando-o um meio de dominação (Hardy & Clegg, 2001). Dentre os estudos que adotam uma perspectiva crítica, destaca-se o de Lukes (1980) ao propor uma visão tridimensional de poder que envolve uma forma de domínio a partir do ato de manipulação de crenças, desejos e valores coletivos (Béland & Cox, 2015; Bae & Lee, 2019), moldando a aceitação dos indivíduos à situação existente, modificando seus interesses próprios, atuando por meio de palavras, es-

paços e personificações (Haran, 2010; Fleming *et al.*, 2012), mediante relação entre principal e agente que possuem motivações e propósitos distintos. Tais configurações apontam para um processo de resistência e dominação, características centrais da perspectiva crítica de poder a partir de Lukes (1980). De fato, um dos aspectos essenciais da teoria da agência é a indicação de que existe uma relação conflituosa entre os objetivos das partes envolvidas (Shaikh & O'Connor, 2020); no entanto, tal teoria desconsidera as estruturas de poder pertinentes à relação entre principal e agente (Ogden, 1993; Saam, 2007; Baldo, 2010).

Portanto, emerge nesse contexto, a proposta do presente ensaio: refletir sobre a teoria da agência a partir da perspectiva tridimensional do poder. Pesquisas desenvolvidas até então negligenciam a proposta de poder sugerida por Lukes (1980) para analisarem a teoria da agência. Por exemplo, no trabalho de Pereira & Nakamura (2014), o estudo considerado mais próximo do objetivo do presente artigo, buscou-se compreender os mecanismos de poder na teoria da agência de acordo com as contribuições de Foucault, autor este tratado por Lukes (2005) como apresentando uma visão ultrarradical do poder (Reed, 2014). Citam-se ainda outros trabalhos, como os de Cherian *et al.* (2020),

Brahmana, You & Kontesa (2020) e Crisóstomo *et al.* (2020), que consideram a teoria da agência e outros aspectos interessantes de poder, não evidenciando, no entanto, sua perspectiva tridimensional.

Por isso, estabelece-se a pergunta desta pesquisa: qual a contribuição da visão tridimensional desenvolvida por Lukes (1980) para a compreensão da dimensão de poder na teoria da agência? Para respondê-la, o artigo se baseia em aspectos reflexivos gerados a partir dos estudos sobre a visão tridimensional de poder e sobre a teoria da agência, ambas as temáticas desenvolvidas nos tópicos seguintes.

Fundamentação Teórica

A visão tridimensional de poder

A literatura sobre o poder é vasta (Béland & Cox, 2015), sendo a multiplicidade contemporânea de suas definições uma herança do debate cunhado por Max Weber (2004, p. 175), que definiu o termo em questão como “a probabilidade de uma pessoa ou várias impor, numa ação social, a vontade própria, mesmo contra a oposição de outros participantes desta”. Para Weber (2004), o poder precisa se justificar, sendo legitimado por meio de três tipologias ideais de autoridade: uma baseada na tradição, outra no carisma e, por fim, uma terceira autoridade baseada em normas, burocrática e em que o po-

der da autoridade está legalmente assegurado (Bergsgard, 2018). Trata-se assim de variações de poder formal e informal ligadas à posição do indivíduo na hierarquia social ou às características pessoais relacionadas ao carisma, referência e expertise (Mole, 2002).

Entre os sociólogos que se filiaram à uma matriz weberiana, encontra-se Steven Lukes, que em seu livro ‘Power: A radical view’, originalmente publicado em 1974 e atualizado em 2005, se propôs a analisar as formas de poder a partir de uma visão tridimensional (O’Mahoney & Sturdy, 2015; Watts *et al.*, 2018). O trabalho de Lukes (1980), ao englobar a terceira visão de poder, contribuiu para a corrente crítica dos estudos sobre tal temática. Esta corrente reconhece a existência de conflitos de interesses nas organizações que servem apenas a alguns grupos, sendo necessárias análises mais profundas sobre os meios de dominação e a resistência de grupos subordinados (Hardy & Clegg, 2001). Para desenvolver a terceira visão de poder, Lukes (1980) considerou as visões unidimensional e bidimensional, tecendo críticas a essas abordagens, oferecendo uma perspectiva que considera os mecanismos sociais e de classe que perpetuam o status quo (Vieira, 2015).

A visão unidimensional de poder observa o comportamento dos atores sociais e o processo de tomada de decisões, entendendo que a melhor maneira de determinar quem são os sujeitos com maior poder nas relações sociais envolveria a identificação daquele indivíduo ou grupo que prevaleceria

nesta tomada de decisão, quem influenciaria nos resultados dela (Lukes, 1980). Esta visão está associada à perspectiva analítica de Robert Dahl (1961) que considera o poder mais visualmente à mostra e em funcionamento quando existem conflitos entre agentes sociais e um prevalece sobre o outro. Assim, na visão unidimensional, tem-se o estudo do comportamento concreto e observável, considerando o poder uma capacidade que gera autoridade (Pedroso, 2014). Isto é, tal visão enfatiza o caráter proativo e comportamental de uma parte perante a outra (Luiz, 2018).

Esse poder, baseado em recursos, é visível, exercido de maneira direta e observável mediante conflito também manifestado, visível e evidente (O'Mahoney & Sturdy, 2015; Bergsgard, 2018). Assim, "o conflito seria fundamental por prover um teste experimental das atribuições do poder; sem ele, o exercício do poder deixará de aparecer" (Lukes, 1980, p.11). Com esta perspectiva, a abordagem unidimensional é centrada no agente, nas ações individuais no processo de tomada de decisão (Strongren, 2019).

Já a visão bidimensional de poder, embora considere também a tomada de decisão, passa a dar ênfase na ausência de tomada de decisão, revelando um poder da inação ou uma capacidade de ter um caminho sem agir (Béland & Cox, 2015). Essa abordagem representa, portanto, uma crítica ao foco comportamental da visão unidimensional (Lukes, 1980) desenvolvida

inicialmente por Peter Bachrach e Morton Baratz (1962, 1963, 1970). Tal forma de poder, chamado de configuração de agenda, enfatiza a marginalização de vozes discordantes nas decisões, visando impedir oportunidades de conflito aberto (O'Mahoney & Sturdy, 2015). O conflito, inclusive, permanece como peça fundamental para a compreensão do poder a partir dessa perspectiva bidimensional, podendo ser aberto, como assegura a visão unidimensional, mas também encoberto. Ou seja, poder também pode envolver o impedimento de discussão e decisão sobre algumas questões, pois apresenta um caráter estrutural (Luiz, 2018). Assim, as manifestações de poder também estariam em curso quando os sujeitos suprimem ou afastam desafios aos seus interesses a partir do controle da agenda, decidindo o que deve ser decidido, tornando menos frequentes as contestações (Pedroso, 2014).

Desta forma, enquanto a visão unidimensional baseada nos argumentos de Dahl (1961) reforça a interação entre A e B, a perspectiva bidimensional proposta por Bachrach e Baratz (1962, 1963, 1970) enfatiza aspectos posicionais, hierárquicos entre A e B. No entanto, encontra-se um ponto comum entre as duas formas de poder descritas: ambas enfatizam a necessidade do conflito real, observável, aberto ou encoberto, para emersão do poder (Vieira, 2015).

É justamente a partir da compreensão de conflito aberto ou encoberto que Lukes (1980) define a terceira face

do poder. O autor estabelece a possibilidade de um conflito latente, que viria a ser manifestado caso os atores envolvidos tomassem consciência de quanto os seus verdadeiros interesses são desconsiderados. Por meio dessa tipologia de conflito, Lukes (1980) indica que o poder de modelar as preferências dos indivíduos pode existir sem que haja conflito aberto ou encoberto. A terceira face do poder, portanto, envolveria uma forma de dominação por meio da manipulação de crenças, desejos e valores coletivos que levam a uma visão de aceitação e legitimação de certos cursos de ação (Béland & Cox, 2015; Bae & Lee, 2019). Trata-se de manifestações mais profundas e ocultas de poder na sociedade (Pedroso, 2014). Por meio dessa manipulação ou moldagem, indivíduos aceitam a situação existente, não imaginando qualquer alternativa àquela conjuntura (Haran, 2010; Gross & Zilber, 2020), modificando suas percepções em termos de seus próprios interesses e sua identidade (Fleming & Spicer, 2014), justamente por não estarem conscientes do que realmente os interessa (Watts *et al.*, 2018). Assim, têm-se o consentimento dos dominados (Strongren, 2019).

Por meio desta terceira visão desenvolvida por Lukes (1980), é possível ampliar a definição de poder ao entender que este não será usado apenas para vencer o conflito, mas, antes disso, prevenir seu aparecimento (Hardy & Leiba-O'Sullivan, 1998). Destarte, a ideia de que “A tem poder quando faz B fazer algo que não faria se não fosse

A” (Dahl, 1957, p. 202-203) é ampliada para a compreensão de que “A também exerce poder sobre B ao influenciar, moldar ou determinar seus próprios desejos. Com efeito, não é o supremo exercício do poder levar outro, ou outros, a ter desejos que se queria que tivessem — isto é, assegurar obediência, controlando seus pensamentos e desejos?” (Lukes, 1980, p. 18). Tal perspectiva, foi de grande valia aos estudos organizacionais, ao considerar que, como locais de ação coletiva, as organizações envolvem o poder em suas decisões, não-decisões, práticas e resultados (Ocasio *et al.*, 2020).

Algumas críticas tecidas à visão tridimensional de Lukes (1980) envolvem a discussão sobre a diferença entre interesses reais e interesses manifestos, o livre arbítrio, a visão de poder como dominação e não como capacidade, a minimização da resistência nesse domínio e o desafio empírico de analisar o papel ou existência do poder na ausência de conflitos observáveis (Edwards, 2006; Béland, 2010; Hay, 2011; O'Mahoney & Sturdy, 2015). Destaca-se também a expansão dos níveis de observação do poder tridimensional a partir do estudo de John Gaventa (2007). Para o autor, o poder deve ser entendido para além das dimensões, englobando os níveis de poder, do local ao global, além dos espaços em que o poder é exercido (do fechado ao criado) e sua interação. Esta ampliação possibilitou a operacionalização de pesquisas sobre as dimensões e níveis de poder. Mesmo assim, o trabalho de Lukes

(1980) é considerado um dos principais estudos que explicita diferentes formas de poder, sendo base para suas novas formulações e categorias (Béland & Cox, 2015). O próprio Lukes reconhece algumas limitações, fazendo ajustes em termos conceituais em seu livro atualizado em 2005, estabelecendo que os interesses dos indivíduos são muitos, conflitantes e de diferentes tipos, argumentando que o que conta como interesse real deve ser considerado uma função do propósito explicativo, estrutura e métodos que devem ser justificados (Lukes, 2005; Watts, Fitzpatrick & Johnsen, 2018).

A Teoria da Agência

Uma das inquietações pertinentes às firmas modernas ocorre a partir da compreensão de que não se pode esperar que os administradores do dinheiro alheio o protejam com a mesma vigilância que dedicariam ao próprio dinheiro (Smith, 1996). A negligência e a profusão, portanto, “devem sempre prevalecer, em maior ou menor grau, na administração dos negócios de uma empresa” (Smith, 1996, p. 214).

Em uma sociedade anônima, por exemplo, a propriedade pode estar concentrada nos indivíduos ou em um grupo de pessoas na forma de ações, de modo que tais acionistas (principais) delegam a autoridade aos gestores/administradores (agentes) para administrar o negócio em seu nome e em seu favor (Jensen & Meckling, 1976; Ross, 1973). A partir desta delegação estabelecida em contrato, o relacionamento de

agência emerge. Ou seja, um relacionamento de agência é um contrato em que uma ou mais pessoas (principal) empregam uma outra pessoa (agente) para desempenhar alguma atividade em seu nome, delegando autoridade ao agente (Jensen & Meckling, 1976).

A teoria da agência tem despertado o interesse em diversos segmentos organizacionais e tem sido utilizada como marco teórico para trabalhos acadêmicos nas mais diversas áreas. Eisenhardt (1989), em seu trabalho, já destacava a capacidade de aplicação da referida teoria a uma ampla gama de assuntos nas áreas de contabilidade, economia, finanças, marketing, ciência política, comportamento organizacional e na sociologia. De fato, a teoria da agência evoluiu em torno das consequências que emergem nas empresas, devido à separação de propriedade e controle, bem como as táticas para a redução dessas problemáticas (Panda & Leepsa, 2017).

Ela sugere que os atores basilares da relação de agência têm uma lógica de maximização da utilidade e procuram obter o que é de seu melhor interesse, gerando o conflito de agência (Eisenhardt, 1989). No Brasil, conforme estudos desenvolvidos por La Porta *et al.* (1999) e Branco & Balassiano (2013), em que o mercado de capitais não é tão desenvolvido, os conflitos mais comuns não são os propostos por Jensen & Meckling (1976), entre principal e agente, mas sim entre principais (acionistas controladores e não controladores). No entanto, de modo geral, ao tratarmos de

teoria da agência consideramos a problemática dos agentes que tendem a considerar nas tomadas de decisões não apenas o interesse do proprietário, o principal, mas também seus próprios interesses. Diante disso, torna-se necessário a formulação de um contrato com a finalidade de projetar arranjos que minimizem os problemas de agência (Jensen & Meckling, 1976; Schillemans, 2013).

Por isso, há a busca por um modelo de contrato que atenda da melhor maneira possível as expectativas dos sujeitos envolvidos, uma vez que ambos poderão estar motivados a agir por interesses próprios divergentes (Eisenhardt, 1989, O'Reilly III & Main, 2010, Vitolla *et al.*, 2019). Assim, o contrato é um meio de controlar a empresa, assim como a empresa controla o trabalhador (Bjurstrøm, 2020). Andrade e Rossetti (2004) acrescentam que, independente do modelo de contrato, os conflitos de agência dificilmente serão evitados, uma vez que não existe contrato completo, nem agente perfeito.

Diante disso, o acionista busca atenuar as divergências em relação aos seus interesses tanto por meio do estabelecimento de incentivos apropriados, do próprio contrato estabelecido e pelo monitoramento dos gestores, que incorrerá em custos, com a finalidade de restringir as atividades oportunistas do agente (Jensen & Meckling, 1976; Vitolla *et al.*, 2019). Tais custos aliás, segundo Kaveski e Cunha (2016), são desembolsos do principal com vistas a ge-

rar ou induzir um comportamento gerencial conforme os objetivos e resultados econômicos estabelecidos, ainda que haja dificuldades no monitoramento de tais ações (Jensen & Meckling, 1976).

Os incentivos estabelecidos pelos acionistas são meios de amenizar as divergências entre o principal e o agente para que o agente aja em favor do principal (Jensen & Meckling, 1976). Na elaboração de um esquema de incentivos, as partes envolvidas enfrentam o trade off entre incentivos ótimos e repartição de riscos ótima (Jensen & Meckling, 1976) que possam minimizar os conflitos entre acionistas e gestores (Hölmstrom, 1979). Os incentivos podem assumir uma variedade de formas, incluindo distribuição de propriedade, opções para compra de ações ou ameaça de demissão se o desempenho for ruim (Fama, 1980). O compartilhamento do capital, exemplo de incentivo, alinha o interesse na valorização da ação e permite que os agentes passem a adquirir determinado número de opções a preços específicos, que são estabelecidos em função dos resultados alcançados pelo administrador. Uma vez que o valor das opções está ligado diretamente ao preço das ações, a concessão das opções passa a ser vista como um incentivo para aquisição das ações por parte dos gestores que passariam a trabalhar com o objetivo de maximizar o preço das mesmas (Weston & Brigham, 2000). Assim, quanto maior for o sucesso organizacional gerado a partir do

trabalho do administrador, mais lucrativo será o valor das opções e, consequentemente, das ações.

Embora a teoria da agência seja muito pragmática e popular, ela tem limitações documentadas por alguns autores. Primeiramente, por estar embasada no utilitarismo econômico (Ross, 1973), a teoria não se preocupa com a compatibilidade entre a maximização dos retornos econômicos dos investimentos para os acionistas e a satisfação das aspirações - econômicas e não econômicas - dos agentes (Baldo, 2010). De fato, essa teoria parece concentrar sua atenção na administração sobre os direitos dos acionistas e sobre o reconhecimento de uma motivação exclusivamente econômica (Zogning, 2017; Baldo, 2010), julgando os gestores como oportunistas e ignorando as suas competências (Panda & Leepsa, 2017). Já para Sen (2002), por exemplo, a relação de agência é uma instância de comprometimento, ou seja, o agente se vê como responsável por promover os interesses do principal, agindo como se o objetivo do acionista também fosse o seu.

As relações de agência são complexas e ambíguas, já que o agente é obrigado a servir, primeiramente, aos interesses do principal. Isso ocorre pela suposição que os interesses do principal são sempre moralmente aceitáveis. Além disso, a relação principal-agente é mais hierárquica, pois o principal tem mais liberdade para recompensar, punir e controlar o agente (Zogning, 2017).

De fato, o foco da teoria da agência deriva de pressupostos de que os

gestores irão se comportar de forma oportunista, especialmente se seus interesses forem contrários ao do principal (Mitchell & Meachem, 2011). Linder e Foss (2015) criticam tal perspectiva teórica por considerar que ela aponta indícios de um quadro demasiadamente negativo da natureza humana, assumindo que os indivíduos sempre se comportam de forma oportunista em situações que lhes oferecem esse espaço. Além disso, os autores esclarecem que é pertinente considerar as intenções e práticas oportunistas por parte dos principais também, entendendo que estes podem tentar enganar o agente na avaliação de desempenho para reduzir sua recompensa, no estabelecimento do contrato (Waweru, 2010) e em outras situações.

Pouco dessa percepção sobre as características dos sujeitos da agência é derivada da própria nomenclatura utilizada para nomeá-los. A palavra 'principal', segundo o Dicionário online Michaelis (2019), inspira a noção daquele "que é o mais importante, o mais relevante em um grupo de pessoas ou coisas comparáveis; essencial, fundamental". Já o agente é entendido etimologicamente como sujeito "que age ou que exerce alguma ação; que produz algum efeito" (Michaelis, 2019), realçando a dualidade entre aquele que faz e aquele que estabelece o objetivo desse fazer. Tal dualidade reflete as funções dos sujeitos da agência. Deve-se reforçar que as definições aqui presentes não relacio-

onam o agente ao oportunismo por natureza, estando condizente à própria teoria da agência.

Segundo Pinheiro *et al.* (2013), nossa realidade, socialmente construída, se sustenta pela ideologia de códigos binários e, por isso, é razoável a apresentação de dois sujeitos principais da teoria da agência como seres antagônicos, apontando que a significação de 'bom' para quem é principal faz restar o ser 'mau' ao seu opositor, o agente. "Essa preposição precede a palavra agência, colocando, pois, o agente como autor, causa, do termo conflito" (Pinheiro *et al.*, 2013, p. 235). Assim, o próprio termo conflito de agência denuncia uma ideologia que coloca o gestor como causa da problemática vivenciada com o acionista, trazendo ao agente uma culpabilidade justificada em características como oportunismo e egoísmo.

A teoria da agência ainda recebe críticas por não considerar as estruturas de poder da organização, tampouco o modo pelo qual essas relações de poder determinam os contratos (Ogden, 1993). De fato, a teoria da agência faz suposições implícitas sobre a relação de poder entre principal e agente, pressupondo implicitamente uma assimetria do poder em favor do principal (Saam, 2007). Ademais, a teoria realça que a maneira de exercer o poder na organização é um poder institucional e deriva de uma forma encoberta (Baldo, 2010). Tais considerações fornecem subsídios para reflexões sobre a teoria da agência e o poder nas organizações, elementos da seção seguinte.

Metodologia

O trabalho, de natureza teórica, foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica, mediante análise e confronto de referenciais teóricos. A metodologia realizada nesse ensaio envolveu, portanto, um levantamento em bibliotecas virtuais de alcance nacional e internacional de estudos que buscassem analisar a teoria da agência na perspectiva do poder concernente à relação entre o principal e o agente.

Para o seu desenvolvimento, adotou-se uma desk research como método de identificação dos trabalhos relacionados às temáticas estudadas. Desta feita, o primeiro passo foi o levantamento mais amplo de artigos publicados pelas seguintes plataformas escolhidas: SPELL, SCIELO e Web of Science. Utilizou-se para isso os termos: teoria da agência e/ou poder para as plataformas nacionais (SPELL e SCIELO) e Agency theory e Power para a internacional (Web of Science). Obteve-se 337 artigos, sendo 17 provenientes da plataforma SPELL, 33 da Scielo e 287 da Web of Science.

Após o levantamento pelas palavras-chaves, houve a leitura dos respectivos resumos com o propósito de avaliar em que sentido ambos os termos estavam sendo empregados no texto analisado. Mediante isso, percebeu-se que tais trabalhos não se voltavam à questão refletida nesse trabalho pautada na análise da teoria da agência sob a perspectiva do poder proposta por Lukes

(1980). Por exemplo, no trabalho de Pereira & Nakamura (2014), o estudo considerado mais próximo do objetivo do presente artigo, buscou-se compreender os mecanismos de poder na Teoria da Agência de acordo com as contribuições de Foucault, autor este tratado por Lukes (2005) como apresentando uma visão ultrarradical do poder (Reed, 2014).

Os trabalhos identificados, em sua maioria, tinham a teoria da agência como pano de fundo para a discussão da governança corporativa, mostrando que a governança servia como meio de atenuar o conflito entre os sujeitos, apontando mecanismos que deveriam ser adotados pelas empresas. Já os trabalhos que apresentaram no resumo as palavras chaves teoria da agência e poder referiam-se ao poder do agente ou do principal, como tomadores de decisões. Os artigos analisam o impacto deles no desempenho das empresas, por meio da quantificação do poder deles, mediante estatística inferencial. Por exemplo, pode-se citar o trabalho de Cherian *et al.* (2020), que buscaram identificar o poder da influência dos CEOs na Responsabilidade Social Empresarial (RSE) em empresas chinesas listadas. Por meio da análise de regressão OLS como metodologia de linha de base para determinar a extensão e o impacto do poder do CEO, os resultados indicaram uma relação significativamente negativa entre o poder dos CEOs e a divulgação de RSE. Os resultados mostraram que papéis separados de presidente e CEO podem reduzir os

problemas da agência e aumentar as divulgações de RSE.

Já a pesquisa desenvolvida por Brahmana *et al.* (2020) teve como objetivo examinar o papel moderador do poder do CEO na relação entre a estratégia de contenção e o desempenho da empresa, enquadrando a relação sob a teoria da agência e a teoria da circulação de poder. Por meio do modelo de regressão de painel, os resultados indicam que o poder do CEO fortalece a relação entre o desempenho da empresa e a contenção. No entanto, o poder do CEO não tem nenhum efeito sobre o desempenho de baixa contenção e o desempenho de empresas de grande porte. E Crisóstomo *et al.* (2020), em âmbito nacional, que tentaram compreender a relação do poder dos grandes acionistas e a qualidade da governança corporativa. De acordo com o efeito da desapropriação sobre os conflitos entre o principal e o principal, ao enfraquecer o sistema de governança corporativa e a composição do conselho, grandes acionistas controladores podem usar benefícios privados de controle. De forma complementar, os acionistas controladores podem renunciar a conselhos fortes e exercer diretamente o monitoramento da gestão, mitigando conflitos de agência com os administradores. Por fim, a capacidade de grandes acionistas que não o principal *blockholder* não é suficiente para contestar seu poder de moldar o sistema de governança corporativa. O trabalho fornece evidências da proeminência do problema de agência

principal-principal em um mercado emergente.

Com base nos achados da pesquisa de natureza teórica, desenvolveu-se a seção de discussão apresentada a seguir.

Descrição e Análise de Dados

Discussão sobre a compreensão da dimensão de poder na teoria da agência à luz de Lukes

A teoria da agência tem como base a indicação de conflito entre os interesses de acionistas e gestores, mediante separação de propriedade e controle organizacional, visando explicar os problemas e soluções para essa relação conflituosa (Panda & Leepsa, 2017). O conflito é uma das manifestações de poder (Cecílio & Moreira, 2002), sendo basilar a sua observação para a compreensão do fenômeno social nas organizações (Clegg & Courpasson *et al.*, 2006).

O poder na relação de agência é visto como legitimado a partir da autoridade institucionalmente legal, assegurada pelas normas organizacionais (Weber, 2004; Bergsgard, 2018) e resultante de um contrato estabelecido entre principal e agente. Tal contrato indica uma transferência de autoridade na tomada de decisão do acionista para o gestor (Jensen & Meckling, 1976; Schillemans, 2013), fazendo com que o agente detenha o poder da escolha das ações organizacionais a serem tomadas.

Tal perspectiva se aproxima da visão unidimensional que estabelece que aquele que deterá maior poder na vida social, será o indivíduo ou grupo que prevalece na tomada de decisão (Lukes 1980; O'Mahoney & Sturdy, 2015; Bergsgard, 2018); neste caso, o agente. Ainda que o mesmo não tenha o poder de ditar os termos da delegação e do contrato, é ele que efetiva a ação que poderá resultar na lucratividade organizacional que satisfará o principal, bem como é o agente que toma decisões diárias sobre estratégias que visem auxiliar na concretude dos objetivos previamente estabelecidos. Fica sob sua escolha, certas ações individuais no processo de tomada de decisão (Strongren, 2019). Assim, realça-se a transferência do acionista para o gestor da autoridade que decorre do poder enquanto capacidade (Pedroso, 2014).

No entanto, devido ao problema de agência, o principal tentará delimitar o campo de ação do gestor no qual as decisões são tomadas (Pagès *et al.*, 1987), estabelecendo no contrato, mecanismos de atenuação de divergências entre os interesses dos atores envolvidos, tais como incentivos e estratégias de avaliação/monitoramento (Jensen & Meckling, 1976), servindo como um instrumento de controle (Bjurstrøm, 2020). Essas táticas são vistas como mecanismos para minimizar (Hölmstrom, 1979) ou encobrir (Baldo, 2010) o conflito na teoria da agência. O conflito encoberto, inclusive, é tratado por Baldo (2010), como o tipo de confronto existente entre principal e agente, indicando uma

perspectiva bidimensional do poder na teoria analisada. Isto é, a visão bidimensional estabelecida por Bachrach & Baratz (1962, 1963, 1970) é retratada por meio de um controle da agenda de ação que pode ser equiparado à capacidade do principal de estabelecer os termos do contrato. Neste sentido, o contrato se apresenta como mecanismo estrutural de poder, enfatizando hierarquias, aspectos posicionais entre os sujeitos da agência, o que se caracteriza enquanto dimensão bidirecional de poder (Luiz, 2018). É justamente pelo controle de agenda que tentasse moldar o que deve ser decidido, o que deve estar em pauta de reflexão ou não, de modo a tornar menos frequentes as (Pedroso, 2014).

Assim, o poder emergirá também daqueles que não tomam decisão, ou melhor, que dominam o outro indivíduo ou grupo por meio da inação (Béland & Cox, 2015). Nesse contexto, o principal buscará impedir oportunidades de conflito aberto, marginalizando a voz discordante (o agente) (O'Mahoney & Sturdy, 2015) com os mecanismos descritos acima, gerando custos de agência relacionados ao monitoramento, perda residual e vínculo (Vitolla *et al.*, 2019).

Nesta análise, entretanto, argumenta-se que os artifícios elaborados para lidar com o conflito de agência não visam apenas encobrir o conflito aberto, mas eliminá-lo. Explica-se: para prevenir o conflito ou controlar o agente a cumprir a sua finalidade, que seria a maximização do valor da propriedade, ou seja, buscar o atendimento integral

dos interesses do principal, coloca-se o direito de propriedade como valor a ser respeitado. Pinheiro *et al.* (2013) esclarecem que o regime de verdade estruturo-funcionalista estabelece o direito de propriedade como verdade. Diante disso, esse direito passa a moldar o comportamento dos atores que serão orientados a esse tipo de verdade. Justamente em função da perspectiva de maximização de lucro estabelecido pelo principal, define-se uma relação determinística entre o funcionamento organizacional e o comportamento dos indivíduos (Pinheiro *et al.*, 2013). Ou seja, estabelece-se uma situação de poder que leva à aceitação do cenário existente, não sendo observado, pelo dominado, qualquer alternativa àquela conjuntura (Haran, 2010).

Percebe-se então que a máxima referente à propriedade, como algo inviolável, suprida financeiramente pelo principal, deve ser entendida pelo agente, de modo que os objetivos desse último não sejam considerados. Essa perspectiva orienta uma postura que impede reivindicações e incentiva a conformação de percepções e preferências, propondo que o conflito não seja encoberto, mas que deixe de existir, considerando sua perspectiva latente e agindo para preveni-lo (Lukes, 1980; Hardy & Leiba-O'Sullivan, 1998), desconstruindo qualquer comportamento de oportunismo (Shaikh & O'Connor, 2020). O "poder da propriedade", portanto, conduz o principal a moldar a percepção de interesses e valores do

agente (Strongren, 2019), justificando a conformação pelo direito da posse.

Além dessas determinações de verdade referentes à propriedade e ao retorno, outro modo de controle que o principal possui sobre o agente, segundo teoria da agência, é a partir do oferecimento de opções de compra de ações executivas (Weston & Brigham, 2000). Essa estratégia molda os interesses gerenciais, fazendo com que o agente, ao possuir uma mínima parcela acionária da empresa, também assume o papel de principal (acionista). E a partir do momento em que o gestor atribui para si esse novo papel, ele passa a alterar seus propósitos fundamentais. Há, portanto, a tentativa de moldar interesses mediante manipulação dos desejos do agente, levando a uma visão de aceitação e legitimação de certos cursos de ação (Lukes, 1980; Béland & Cox, 2015; Bae & Lee, 2019).

Tais características revelam configurações de poder na relação principal-agente que ultrapassam as perspectivas uni e bidimensionais, a partir de estratégias e mecanismos que buscam a dominação do sujeito sobre o outro por meio da conformidade, obediência e/ou transformação e incerteza de interesses, visando a perpetuação do status quo (Vieira, 2015). Nesta visão, busca-se a aceitabilidade do agente para com o interesse do principal, moldando a consciência dos mesmos sobre o que de fato os interessa, impossibilitando-os de imaginar uma alternativa àquela conjuntura (Haran, 2010; Gross & Zilber,

2020; Watts *et al.*, 2018). Por isso, amplia-se na teoria da agência, a partir de sua análise à luz de Lukes (1980), as interpretações de poder e seus mecanismos, reconhecendo a possibilidade deste emergir sem a existência de um conflito aberto ou encoberto. E é justamente a visão tridimensional de poder que auxilia nesse processo de ampliação das possíveis situações, que induz análises sobre os meios de dominação e resistência dos grupos subordinados em situações de conflito latente (Hardy & Clegg, 2001).

Os papéis dos sujeitos da agência também devem ser considerados para o entendimento das relações de poder nestas formas de conflito (aberto, encoberto ou latente). A literatura propõe o antagonismo entre principal e agente, em que o primeiro se caracteriza como sujeito mais importante na organização, por causa do investimento do capital, devendo ser atendido prioritariamente em seus interesses; e o segundo como alguém oportunista que buscará tirar proveito das oportunidades em benefício próprio (Mitchell & Meachem, 2011; Panda & Leepsa, 2017). Tal perspectiva desconsidera as intenções e práticas oportunistas do principal (Waweru, 2010; Linder & Foss, 2015) que podem vir a ocorrer nas relações com os agentes.

Ora, a geração do conflito em suas diversas facetas pode ocorrer a partir dos dois atores; o gestor não pode ser considerado único autor e causa do conflito, isentando o acionista de qualquer comportamento desvirtuante. Os

próprios mecanismos estabelecidos pelo principal para evitar o conflito, dentre outras coisas, podem desencadear-lo. É necessário considerar também o exercício do poder do agente em certas situações, ainda que haja assimetria no nível de dominação quando compara-se tal sujeito com o principal, o detentor do capital (Saam, 2007). Assim, ao invés de ressaltar na teoria da agência a dicotomia bom versus mau (Pineiro *et al.*, 2013), deve-se refletir sobre a dominação e a resistência nesse processo, que podem partir, em diferentes graus, de ambos os lados. Portanto, considerar a visão tridimensional de poder proposta por Lukes (1980) possibilita aprofundar a complexidade existente na relação de agência que supõe, ainda que não descrito, o exercício do poder nas ações, mas também nos desejos e interesses dos sujeitos envolvidos.

Considerações Finais

O artigo visou refletir sobre a teoria da agência à luz de Lukes (1980) e sua proposta tridimensional de poder. Percebeu-se que foi possível analisar tal teoria sob uma ótica crítica e ampliada da relação principal-agente, observando os mecanismos de dominação existentes que podem se revelar mediante conflitos abertos, encobertos ou latentes.

Mediante investigação da teoria da agência, percebeu-se mecanismos de poder ligados especialmente à terceira dimensão (Lukes, 1980) que está alçada na manipulação de crenças, desejos e

interesses (Béland & Cox, 2015; Bae & Lee, 2019), legitimando a dominação do principal sobre o agente por meio da máxima referente à propriedade e da oferta de ações executivas ao próprio gestor, moldando as percepções desse último sobre o negócio e o seu papel nele (Fleming & Spicer, 2014). Essas estratégias buscam evitar o conflito, elemento teoricamente inato na relação de agência por causa da separação entre propriedade e controle (Ogden, 1993; Saam, 2007; Baldo, 2010; Heracleous & Lan, 2012), visando à obtenção dos retornos desejados pelos acionistas.

Quando o conflito for inevitável, os sujeitos da agência buscarão ocultá-lo, impedindo oportunidades de torná-lo aberto, marginalizando a voz discordante (O'Mahoney & Sturdy, 2015). Provavelmente recorrerão ao contrato que, se bem estruturado, conduzirá às ações a serem tomadas para sanar ou minimizar as divergências existentes. É importante considerar ainda que os mecanismos impostos pelo principal para controlar o comportamento gerencial incorrerão em custos a serem desembolsados pelos acionistas (Jensen & Meckling, 1976; Kaveski & Cunha, 2016; Vittolla *et al.*, 2019), justificando ainda mais o desenvolvimento de um contrato que melhor governe o acordo entre principal e agente (Eisenhardt, 1989, O'Reilly III & Main, 2010).

O presente estudo realçou a perspectiva de poder proposta por Lukes (1980), considerando demais estudos e teorias que abordam o poder a partir de outra perspectiva. O estudo,

portanto, buscou abarcar um novo olhar, como forma de análise, para a teoria da agência oriunda da economia, trazendo aspectos sociológicos do poder com a finalidade de aproximar teorias de áreas distintas.

No entanto, sugere-se para pesquisas futuras, a análise da teoria da agência a partir de correntes de poder pautadas em Foucault e Bourdieu, por exemplo. Também se propõe a inclusão de demais temáticas abordadas na relação de agência, tais como: governança corporativa, autonomia, dependência e custos de mecanismos de controle.

Referências

- Andrade, A., & Rossetti, J. P. *Governança Corporativa: fundamentos e tendências*. São Paulo: Atlas, 2004.
- Bachrach, P.; & Baratz, M. (1962). Two Faces of Power. *American Political Science Review*, 56(4), 947-952.
- Bachrach, P.; & Baratz, M. (1963). Decisions and Nondecisions: An Analytical Framework. *American Political Science Review*, 57(3), 632-642.
- Bachrach, P.; & Baratz, M. (1970). *Power and poverty: theory and practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Bae, Y., & Lee, Y. W. Socialized soft power: recasting analytical path and public diplomacy. *Journal of International Relations and Development*, 1-28. <https://doi.org/10.1057/s41268-019-00169-5>
- Baldo, M. D. (2012). Corporate social responsibility and corporate governance in Italian SMEs: the experience of some "spirited businesses". *Journal of Management & Governance*, 16(1), 1-36. <https://doi.org/10.1007/s10997-009-9127-4>.
- Béland, D. (2010). The idea of power and the role of ideas. *Political Studies Review*, 8(2), 145-154. <https://doi.org/10.1111/j.1478-9302.2009.00199.x>.
- Béland, D.; & Cox, R. H. (2015). Ideas as coalition magnets: coalition building, policy entrepreneurs, and power relations. *Journal of European Public Policy*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/13501763.2015.1115533>
- Bergsgard, N. A. (2018). Power and domination in sport policy and politics – three intertwined levels of exercising power. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 10(4), 1-15. <https://doi.org/10.1080/19406940.2018.1490335>
- Bjurstrøm, K. H. (2020). Principal-Agent or Principal-Steward: How Ministry-Agency Relations Condition the Impact of Performance Management in the Steering of Government Agencies, *Public Performance & Management Review*. DOI: 10.1080/15309576.2020.1739087
- Brahmana, R.K., You, H.-W. & Yong, X.-R. (2020). "Divestiture strategy, CEO power and firm performance", *Management Research Review*, 3(44),

- 418-436. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2020-0196>
- Branco, L. S. C.; & Balassiano, M. G. (2013). Principal versus principal conflicts in the Brazilian context. *Investment Management and Financial Innovations*, 10(4), 80–87. <http://hdl.handle.net/10438/25054>
- Cecílio, L. C. O., & Moreira, M. E. (2002). Disputa de interesses, mecanismos de controle e conflitos: a trama do poder nas organizações de saúde. *RAP – Revista de Administração Pública*, 36(4), 587-608.
- Cherian, J.; Sial, M. S.; Tran, D. K.; Hwang, J.; Khanh, T. H.T.; & Ahmed, M. (2020). The Strength of CEOs' Influence on CSR in Chinese listed Companies. *New Insights from an Agency Theory Perspective*, 12, 1-13. doi:10.3390/su12062190.
- Clegg, S. R., Courpasson, D., & Phillips, N. (2006). *Power and Organization*. Thousand Oaks: Sage.
- Crisóstomo, V. L., Brandão, I. F., López-Iturriaga, F. J. (2020). Large shareholders' power and the quality of corporate governance: An analysis of Brazilian firms. *Research in International Business and Finance*, 51. 101076.
- Dahl, R. A. (1957). The concept of Power. *Behavior Science*, 2(3), 201-215. <https://doi.org/10.1002/bs.3830020303>
- Dahl, R. A. (1961). *Who Governs? Democracy and Power in an American City*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Edwards, P. (2006). Power and ideology in the workplace going beyond even the second version of the three-dimensional view. *Work, Employment and Society*, 20(3), 571–581. <https://doi.org/10.1177/0950017006067015>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: an assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), p.57-74. <https://doi.org/10.2307/258191>
- Fama, E. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *Journal of Political Economy*, 88(2), 288-307.
- Fleming, P., & Spicer, A. (2014). Power in management and organization science. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 237–298. <http://dx.doi.org/10.1080/19416520.2014.875671>
- Gaventa, J. (2007). Levels, spaces and forms of power: analysing opportunities for change. IN: BERENSKOETTER; WILLIAMS. *Power in world politics*. Nova York: Routledge, 204-224.
- Gross, T., & Zilber, T. B. (2020). Power Dynamics in Field-Level Events: A Narrative Approach. *Organization Studies*, 1-42. <https://doi.org/10.1177/0170840620907197>
- Haran, N. (2010). *The Power to Collaborate*. Delft: Eburon.
- Hardy, C.; & Clegg, S. (2011). Alguns ousam chamá-lo de poder. In: Clegg, S., Hardy, C., & Nord, W. (Org.).

- dbook de *Estudos Organizacionais: reflexões e novas direções*. São Paulo: Atlas, 2, 260-289.
- Hardy, C.; & Leiba-o'Sullivan, S. (1998). The power behind empowerment: implications for research and practice. *Human Relation*, 51(4), 451-483. <http://dx.doi.org/10.1177/001872679805100402>
- Hay, C. (2011). Ideas and the construction of interests. In: Be'Land, D, & Cox, R.H. (eds). *Ideas and Politics in Social Science Research*, New York: Oxford University Press, 65–82.
- Heracleous, L.; & Lan, L. L. (2012). Agency Theory, Institutional Sensitivity, and Inductive Reasoning: Towards a Legal Perspective. *Journal of Management Studies*, 49(1), 223-239. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.2011.01009.x>
- Hölmstrom, B. (1979). Moral Hazard and Observability. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 74-91. <http://dx.doi.org/10.2307/3003320>
- Jensen, M.; & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. <http://dx.doi.org/10.1017/cbo9780511817410.023>
- Kaveski, I. D. S., & Cunha, P. R. (2016). Fatores Determinantes dos Honorários da Auditoria das Empresas Listadas no Novo Mercado da BM&F BOVESPA. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 19(1), 49-63.
- Lana, R. D.; Paines, P. A.; & Bonaldo, S. A.; Muller, F. M. (2016). As organizações como fonte de conflitos de poder. *Rev. Adm. UFSM*, 9(3), 506-519.
- La Porta, R.; Lopes-de-Silanes, F. S; & Shleifer, A. (1999). Corporate ownership around the world. *The Journal of Finance*, 54(2), 471-517.
- Linder, S.; & Foss, N. J. (2015). Agency Theory. In: Smelser, N. J., Baltes, P. B. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Kindlington: Elsevier, 15, 344-350.
- Luiz, J. R. (2018). *As “linhas vermelhas” para o desenvolvimento rural: a internacionalização da agenda da agricultura familiar e seus impactos na governança global*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Lukes, S. (1980). *O poder: uma visão radical*. Brasília: UNB.
- Lukes, S. (2005). *Power: A Radical View*. 2 ed. Houndmills: Palgrave.
- Macedo, K. B. (2002). Cultura, poder e decisão na organização familiar brasileira. *RAE-eletrônica*, 1(1), 1-12. <https://doi.org/10.1590/S1676-56482002000100014>
- Michaelis. *Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. (2019). Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 15 maio 2019.
- Mitchell, R.; & Meacheam, D. (2011). Knowledge worker control: understanding via principal and agency

- theory. *The Learning Organization*, 18(2), 149-160. <https://doi.org/10.1108/096964711111103740>
- Mole, K. F. (2002). Business Advisers' Impact on SMEs: An Agency Theory Approach. *International Small Business Journal*, 20(2), 139-162. <https://doi.org/10.1177/0266242602202002>
- Ocasio, W.; Pozner, J-E.; & Milner, D. (2020). Varieties of political capital and power in organizations: a review and integrative framework. *Academy of Management Annals*, 14(1), 1-78. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0062>
- Ogden, S. G. (1993). The limitations of agency theory: the case of accounting-based profit sharing schemes. *Critical Perspectives on Accounting*, 4(2), 179-206. <https://doi.org/10.1006/cpac.1993.1011>
- O'Mahoney, J.; & Sturdy, A. (2015). Power and the diffusion of management ideas: The case of McKinsey & Co. *Management Learning*, 47(3), 1-19. <https://doi.org/10.1177/1350507615591756>
- O'Reilly III, C. A.; & Main, B. G. M. (2010). Economic and psychological perspectives on CEO compensation: a review and synthesis. *Industrial and Corporate Change*, 19(3), 675-712. <https://doi.org/10.1093/icc/dtp050>
- Pagès, M.; Bonetti, M.; Gaulejac, V.; & Descendre, D. (1987). *O poder das organizações: a dominação das multinacionais sobre os indivíduos*. São Paulo: Atlas.
- Panda; B.; & Leepsa, N. (2017). M Agency theory: Review of Theory and Evidence on Problems and Perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, 10(1), 74-95. <https://doi.org/10.1177/0974686217701467>
- Pedroso, M. T. M. (2014). O conceito de 'poder' - comparando a proposta clássica de Steven Lukes e seu uso na ciência política com a sociologia de Pierre Bourdieu. *COLÓQUIO – Revista do Desenvolvimento Regional - Faccat - Taquara/RS*, 11(1), 29-52.
- Pereira, A. C.; & Nakamura, W. (2014). *A Contribuições de Foucault para a Compreensão dos Mecanismos de Poder na Teoria da Agência*. In: XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia - SE-GET, 22, 23 e 24 de outubro.
- Pinheiro, A. S.; Carrieri, A. P.; & Joaquim, N. F. (2013). Esquadrinhando a Governança Corporativa: o Comportamento dos Personagens sob o Ponto de Vista dos Discursos dos Autores Acadêmicos. *Revista de Contabilidade e Finanças – USP*, 24(63), 231-242. <https://doi.org/10.1590/S1519-70772013000300006>
- Reed, I. A. (2014). Poder: dimensões relacional, discursiva e performática. *Revista Sociedade e Estado*, 29(2), 473-510. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922014000200009>

- Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: the principal's problem. *The American Economic Review*, 63(2), 34-139.
- Saam, N. J. (2007). Asymmetry in information versus asymmetry in power: Implicit assumptions of agency theory? *The Journal of Socio-Economics*, 36(6), 825-840. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2007.01.018>.
- Schillemans, T. (2013). Moving beyond the clash of interests on stewardship theory and the relationships between central government departments and public agencies. *Public Management Review*, 15 (4), 541-562. <https://doi.org/10.1080/14719037.2012.691008>
- Sen, A. (2002). *Rationality and Freedom*. Cambridge: MA: Harvard University Press.
- Shaikh, I. A.; & O'Connor, G. C. (2020). Understanding the motivations of technology managers in radical innovation decisions in the mature R&D firm context: An Agency theory perspective. *Journal of Engineering and Technology Management*, 55, 101553. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101553>
- Smith, A. (1996). *A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas*. São Paulo: Nova Cultural.
- Strongren, F.F. (2019). *O poder dos meios: uma análise do conceito de poder nas teorias da comunicação*. Memórias do XVI Congresso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 95-100.
- Vieira, A. (2015). Cultura, Poder e identidade nas organizações. *Revista de Administração da FEAD – Minas*, 61-75, 2015.
- Vitolla, F.; Raimo, N.; & Rubino, M. (2019). Board characteristics and integrated reporting quality: an agency theory perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-12. <https://doi.org/10.1002/csr.1879>
- Watts, B.; Fitzpatrick, S.; & Johnsen, S. (2018). Controlling Homeless People? Power, Interventionism and Legitimacy. *Journal of Social Policy*, 47(2), 235-252. <https://doi.org/10.1017/s0047279417000289>
- Waweru, N. M. (2010). The origin and evolution of management accounting: a review of the theoretical framework. *Problems and Perspectives in Management*, 8(3), 165-182. <https://doi.org/>
- Weber, M. (2004). *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. 1ª ed. São Paulo: UnB.
- Weston, J. F.; & Brigham, E. F. (2000). *Fundamentos da administração financeira*. 10. ed. São Paulo: Makron Books.
- Zogning, F. (2017). Agency Theory: A Critical Review. *European Journal of Business and Management*, 9(2), 1-8.

Agradecemos à FACEPE, à CAPES, ao CNPq e à UFPE pelo financiamento da produção científica brasileira.

Raquel Souza Ramos (raquel.souzaramos@ufpe.br) * trabalhou no planejamento da pesquisa, no desenvolvimento do estado da arte, na coleta de dados, bem como nas análises e na redação do artigo como um todo.

Joséte Florencio Santos (josete.santos@ufpe.br) trabalhou na orientação e correção do trabalho.

Marianny Jessica de Brito Silva (marianny.brito@ufpe.br) trabalhou no desenvolvimento do estado da arte, na interpretação e análise dos dados, assim como na redação do artigo como um todo.

Jackeline Amantino Andrade (jackeline.amantino@gmail.com) trabalhou na formulação da ideia do trabalho e na orientação da pesquisa.

*Autor-correspondente.

Data de Submissão: 15/04/2021 Data de Aprovação: 02/09/2022

Editor-Chefe: André Luiz Maranhão de Souza-Leão.

Editor Adjunto: Bruno Melo Moura.

Editores da submissão: Denis Silva da Silveira e Jairo Simião Dornelas.

Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY NC 4.0). Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do trabalho, para fins não comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original. Texto da licença: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.pt_BR.