

3. Responsabilidade social corporativa: afinal do que se trata?

3.1. A Intervenção social do empresariado

Ao nos debruçarmos sobre a literatura específica, percebemos que é a partir das décadas de 1980 e 1990 que a intervenção social da empresa, materializada na responsabilidade social corporativa, toma forma dominando o discurso do empresariado e do mercado. Tal processo foi sendo gestado nestas duas décadas, período no qual, segundo Garcia (2004, p. 35), destacam-se três acontecimentos emblemáticos que marcam a emergência do fenômeno no Brasil e os quais detalharemos no decorrer deste capítulo: o Prêmio ECO (1982), a fundação do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), em 1987, e do Grupo de Institutos e Fundações Empresariais (Gife), em 1995.

A Fundação Abrinq pelos Direitos das Crianças e dos Adolescentes, organização sem fins lucrativos, fundada em 1990 pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos, também é uma das precursoras desse movimento. Embora existam registros de outras entidades empresariais a atuar no “social” na mesma época, ela inovou ao criar para o Brasil o modelo de “empresa cidadã”²¹.

Esse modelo se pauta em conceitos tais como cidadania, participação, solidariedade e sociedade civil - originalmente utilizados pelos movimentos sociais da década de 1980 e apropriados na década seguinte²² - e canaliza suas ações, prioritariamente, para áreas da saúde, educação, cultura e preservação do meio ambiente. Direcionando tais ações para grupos sociais previamente selecionados, e coadunados com os objetivos corporativos, a empresa constitui seu investimento social, agregando valor à sua imagem - através de prêmios, certificações sociais e do reconhecimento de seus *stakeholders*²³ - e se lançando à categoria de socialmente responsável.

²¹ Ver Paoli, 2002 (p. 341).

²² Ver Dagnino, 2004 (p. 97-100).

²³ *Stakeholders* ou grupos de interesse são todas as pessoas que, de alguma maneira, afetam e/ou são afetadas pelas atividades de uma organização (empregados, comunidade do entorno, consumidores, fornecedores, acionistas e governo).

O modelo de ação social implementado pela Fundação Abrinq, segundo Paoli (2002), teve como base valorativa a questão da ética empresarial. Sendo assim, partiu da mobilização das empresas para uma responsabilidade social ampla, que compreende seus funcionários, as comunidades do entorno, regras éticas nos negócios e regras limpas de competitividade no mundo corporativo.

Em suma, a exemplaridade da Fundação Abrinq em abrir uma área eficaz de mobilização social das empresas, explorar as compatibilidades entre lucro e filantropia, criar uma linguagem mercantil dos interesses privados, readaptar sua estrutura com rapidez e transparência segundo o desenrolar de sua experiência em transformar a aleatória ação filantrópica-caritativa das empresas em uma filantropia de “investimentos cidadãos” lucrativos que é referência para outras fundações, é, sem dúvida, impactante. Mas não isenta a experiência da filantropia empresarial no Brasil de estar atravessada, no que se refere a sua própria inovação que se quer alternativa, por tensões e contradições advindas tanto do contexto político brasileiro quanto do mundo das empresas no contexto desregulado do mercado (Paoli, 2002, p. 393).

O prêmio ECO, organizado pela Câmara Americana do Comércio pela primeira vez em 1982, inaugura, segundo Garcia (2004), o sistema de premiação para ações empresariais socialmente responsáveis, criando parâmetros competitivos para as melhores iniciativas de investimento social, disseminando a idéia de selo de qualidade e divulgando as ações. Sugere, ainda, segundo a autora, um modelo para os programas sociais empresariais, difundindo a importância do acompanhamento destes, através de critérios técnicos de avaliação de desempenho.

Garcia (op.cit.) coloca outro aspecto a se considerar em relação à “paternidade” do referido prêmio, que diz respeito ao fato de que “as Câmaras Americanas de Comércio representa uma forma de associação empresarial com o objetivo de estreitar relações políticas e econômicas entre os Estados Unidos e os demais países” (p. 37).

As premiações organizadas pela Câmara têm o claro propósito de fomentar novas ações e possivelmente influenciar sua lógica segundo o modelo americano *corporate phylanthropy*. Assim, o ECO não teve, exclusivamente, um efeito de confirmação do fenômeno, mas de constituição do campo, tornando públicas as iniciativas em curso, incentivando novas e formatando as exigências para um processo de competição, cuja lógica procurava associar a competência do mercado ao engajamento político da sociedade civil (Garcia, 2004, p. 37).

Com efeito, a responsabilidade social corporativa ganha força no bojo do avanço da ideologia neoliberal, na medida em que o Estado reduz sua responsabilidade como garantidor dos direitos sociais conquistados constitucionalmente e passa a figurar como incapaz de proporcionar à população políticas públicas que dêem conta da desigualdade social brasileira.

Assim, grupos empresariais, imbuídos de um suposto sentimento de solidariedade, se colocam à disposição da sociedade para colaborar na implementação de programas sociais, emergindo como protagonistas notoriamente mais eficientes e eficazes no enfrentamento da questão social. Consubstancia-se, então, um campo fértil para a disseminação de práticas sociais privadas e fragmentadas em substituição aos direitos sociais, via políticas públicas.

Segundo Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha (2002), a partir da década de 1990, com o advento da globalização e suas conseqüências na esfera da produção, a empresa deixa de ter uma função social, historicamente constituída, apenas de geração de postos de trabalho - e que até então a legitimara perante a sociedade - e passa a prescindir de outros mecanismos que justifiquem “sua riqueza e seu poder em face às profundas desigualdades distributivas presentes na sociedade” (p. 257).

Os critérios de eficiência, segundo as regras de mercado, incorporam conceitos tais como ética nos negócios, cidadania, preservação ambiental e combinam suas metas de rentabilidade ao investimento social. Numa democracia, argumentam os autores, a sociedade civil organizada é um agente de pressão que interpela e afeta os demais atores, suscitando o estabelecimento de parâmetros de boa conduta para as práticas econômicas, políticas e institucionais.

Em relação ao Estado, Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha (op. cit.), colocam que “por vontade política ou incapacidade financeira retira seu empenho da questão social” (p. 255).

Privatiza suas empresas, enxuga, nem sempre modernizando, sua máquina burocrática, terceiriza os serviços que oferece e reduz drasticamente os investimentos nas principais áreas sociais, ampliando o campo de atuação das empresas privadas, sua lógica do lucro. Este processo atinge até dimensões da vida social que tradicionalmente eram consideradas ‘de serviço público’, isto é, aquelas atividades que deviam ser pensadas, organizadas e implementadas para

satisfazer necessidades *a priori* consideradas comuns a todos os cidadãos, independentemente de eles terem os meios para pagar por elas (Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha, 2002, p. 255)

Nesse contexto, buscaremos analisar a organização do empresariado a partir da década de 1980, em face do surgimento de novas entidades empresariais com propostas diferenciadas de atuação. Assim, pretendemos melhor compreender a origem do fenômeno da responsabilidade social corporativa no Brasil, através da atuação do empresariado frente à questão social e ao estabelecimento dos direitos sociais pela via do trabalho. Ressaltamos que tomaremos o empresariado sem perder de vista que não se trata de um grupo homogêneo, coeso, mas que têm interesses comuns, de classe, e que se une, quando necessário, em prol destes interesses.

Acreditamos que muitos aspectos sobre o fenômeno da responsabilidade social corporativa se revelam a partir da sua contextualização num processo geral de transformações, advindas da reestruturação do capital e da desarticulação do padrão histórico de enfrentamento da questão social. Tal processo ocorre no âmbito da reforma do Estado brasileiro, iniciada na década de 1990, que cria um ambiente propício e legítimo para a disseminação dos ideais neoliberais na busca do consenso entre classes.

Assim, o Estado perde centralidade como agente garantidor de direitos sociais e emergem as práticas baseadas na ideologia da solidariedade empresarial. Partimos do pressuposto que é do interesse privado de determinados grupos e segmentos da sociedade - oriundos de uma política econômica que prega a redução do papel do Estado no âmbito do social, mas que sempre se beneficiou deste enquanto financiador do crescimento econômico do país e em prol de interesses particularistas - que as políticas sociais atuais se caracterizam pela focalização das ações e por um alto grau de seletividade no atendimento, indo de encontro a um projeto societário baseado na equidade, justiça social e universalidade do acesso aos bens e serviços.

Cabe aqui destacar que não se constitui verdadeiramente em novidade o fato de alguns segmentos da sociedade influenciarem sobre o tamanho e a abrangência do Estado no que tange aos direitos sociais. A atuação do empresariado frente à questão social se insere, historicamente, na retórica de resistência às reformas sociais.

No Brasil, a atuação conjunta Estado-empresariado no enfrentamento da questão social não é recente. Em cada etapa do desenvolvimento capitalista brasileiro foram elaboradas estratégias de intervenção social, por parte do Estado e dos empresários, no sentido de conter o avanço e a ampliação dos direitos. Segundo Garcia (2004) “o modelo contemporâneo da responsabilidade social introduz uma preocupação maior com ações integradas” (p. 55), além de buscar complementar a ação do Estado, numa relação de parceria e controle. Consiste, portanto, numa ação social sistematizada que replica o modelo de gestão corporativa.

Como vimos no capítulo anterior, na década de 1980 se inicia o processo de redemocratização do país, após vinte anos de ditadura militar. Ditadura essa que contou com forte apoio do empresariado, no auxílio e na preparação do golpe através do Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais/Instituto Brasileiro de Ação Democrática (Ipes/Ibad). Em pesquisa realizada por Leigh Payne (1994), com uma amostra de 132 industriais de São Paulo, com ativa participação política entre as décadas de 1960 e 1980, 82,3% daqueles que tinham iniciado seus negócios antes do ano de 1964 apoiaram o golpe militar (apud Bianchi, 2001, p. 125).

Nesse período, segundo Yamamoto (1995), verifica-se a ampliação da miséria absoluta e relativa de grande parcela da população, consubstanciando um processo crescente de dilapidação da força de trabalho coletiva. Onde a questão social passa a ser tratada por meio da articulação entre repressão e assistência, isto é,

a nova peculiaridade do enfrentamento da questão social, no que concerne à assistência, é que ela passa a ser organizada de modo a atender um duplo requisito: favorecer acumulação de capital pela iniciativa privada e subordinar-se aos preceitos da segurança nacional (Yamamoto, 1995, p. 83 apud Cesar, 2008, p. 116).

Na concepção de Cesar (2008), os programas de caráter assistencial, centralizados e regulados pelo Estado, tinham como objetivos neutralizar focos de resistência e oposição, estabelecer bases de legitimação do regime e despolitizar as organizações sindicais, substituindo a luta reivindicatória pela prestação de serviços assistenciais” (p. 117).

Além disso, caracterizavam-se pelo favorecimento aos investimentos privados no campo social, via incentivos e subsídios fiscais, “subordinando os

serviços sociais aos requisitos de rentabilidade do capital e às diretrizes político-econômicas de garantia da estabilidade social e reforço à expansão capitalista” (Cesar, 2008, p. 117).

Assim, paralelamente ao investimento em políticas públicas - mesmo que restritivas no acesso e de cunho legitimador do regime - a ditadura militar abria espaço para a saúde e a previdência privada, deixando como legado um sistema dual de acesso às políticas sociais - para os que podem e os que não podem pagar - que persiste na atualidade.

O processo de modernização conservadora, que se deu pela via autoritária, gerou um significativo desenvolvimento do parque industrial brasileiro, com expressivo avanço da economia.

Mas, apesar de ter alcançado excelentes níveis de desenvolvimento durante alguns anos – o denominado “milagre econômico” - o modelo desenvolvimentista, calcado no endividamento público externo, tornou-se obsoleto devido à influência de fatores externos e internos, a partir de 1973, com a primeira crise do petróleo.

Para Carvalho (2003), o sentido do “milagre econômico” foi desmistificado por análises de especialistas que demonstraram seus aspectos. Segundo o autor, indubitavelmente houve um rápido crescimento econômico, mas ele beneficiou de maneira extremamente desigual os vários setores da população, agravando ainda mais a desigualdade social no país.

Com a derrocada do referido modelo, emergiram os conflitos entre empresários e governo. Já não era mais tão lucrativo, como outrora, a manutenção do regime militar. Os setores empresariais que mais se beneficiaram com o “milagre econômico” agora se deparavam com a queda das altas taxas de lucro. Assim, a insatisfação que já se desenrolava em função do excessivo poder decisório dos tecnocratas do governo, responsáveis pelas diretrizes da política econômica do país, se agrava com a crise fazendo surgir uma campanha anti-estatização.

A campanha pela desestatização marcou a reação dos setores do empresariado ao desgaste do modelo desenvolvimentista sustentado até então pelo regime militar. A campanha criticava o aumento do Estado e os excessos da intervenção estatal, principalmente nos setores de transporte, mineração, comunicações e siderurgia (Bianchi, 2001, p. 126).

No âmbito social, tal política econômica acarretou o aumento da concentração de renda, o agravamento da exclusão social, a pauperização e a precarização das condições de vida do povo brasileiro. Ou seja, a prometida distribuição de renda baseada no desenvolvimento econômico, vulgarmente denominada na época de “fazer o bolo crescer para depois dividi-lo”, não aconteceu, e a pobreza e as desigualdades se intensificaram.

Embora levando o país a um crescimento econômico considerável, com o desenvolvimento de um vasto parque industrial, o regime militar agudizou as iniquidades sociais, impondo tendências de concentração social da riqueza, que não poderiam ser consideradas como transitórias, mas sim de caráter estrutural-funcional. Tratava-se de um processo de modernização que prenunciava uma crise social bem mais ampla, na medida em que aumentava o fosso entre *pobres* e *ricos* ou a distância socioeconômica, político-cultural e histórica entre as classes despossuídas e as classes possuidoras (Cesar, 2008, p. 116)

Em resposta à crise, no final da década de 1970, os trabalhadores metalúrgicos do ABC paulista iniciam uma série de greves por aumento salarial e melhores condições de trabalho, marcando o início de um amplo movimento contra a superexploração do trabalhador e a legislação política repressiva, que cerceava o movimento sindical. Para Bianchi (2001), “esse movimento alteraria profundamente a relação de forças entre as classes, colocando em primeiro plano a chamada *questão sindical*” (p. 127).

A reação de parte do empresariado se consubstancia no ano de 1978, num documento que teve como título “*Primeiro documento dos empresários*”, onde um grupo de oito líderes do empresariado se posiciona politicamente a favor da modernização da estrutura sindical e da livre manifestação, tanto patronal quanto trabalhista, colocando-a como um pleito justo. A ofensiva pouco moderada veio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) que conclamou a força repressiva do governo para dar cabo dos movimentos grevistas, além de emitir circular orientando as empresas a enfrentarem as greves através, inclusive, de demissões por justa causa.

Estava travada a batalha pelo comando da Fiesp que findou com a vitória do “grupo dos oito”²⁴, assim denominado por integrar oito líderes empresariais. Entretanto, para Diniz (1985) a insatisfação do empresariado, expressa nas divergências no interior de suas entidades representativas, não pode ser considerada como uma ruptura decisiva com o regime militar, nem tampouco numa nova hegemonia burguesa. Mas, uma busca por maior autonomia no relacionamento com o Executivo, contrapondo o passado corporativista e preparando a base para a formação de novas lideranças empresariais tais como o PNBE, que detalharemos a seguir.

A reprodução das contradições do modelo econômico adotado na década de 1970 levou a economia brasileira a enfrentar um ciclo recessivo no início dos anos 1980, fazendo com que a sociedade sofresse uma profunda e prolongada crise econômica, cujos efeitos negativos podem ser notados até os dias de hoje (Mota, 1995, p.99).

Mas, apesar dos problemas econômicos e sociais, a década de 1980 é marcada por conquistas no campo político e pelo processo de redemocratização do país. Houve o fortalecimento dos movimentos populares e sindicais, a criação da Central Única dos Trabalhadores (CUT) e a fundação do Partido dos Trabalhadores (PT). Surgem movimentos sociais em defesa de direitos e da ampliação da participação da sociedade na esfera pública.

As Comunidades Eclesiais de Base (Ceb's), que nasceram em 1975 dentro da Igreja Católica e no bojo da teologia da libertação, se expandem por todo o país, inclusive nas áreas rurais, e sua atuação política as aproxima do PT. Também os movimentos sociais urbanos - formados por movimentos dos favelados, por associações de moradores e profissionais de classe média - se avolumam e o auge da mobilização popular ocorre na campanha pelas eleições diretas, em 1984, o movimento denominado Diretas Já.

²⁴ Segundo Diniz (1984) o grupo era composto pelos seguintes empresários: Cláudio Bardella, ex-presidente da ABDIB e diretor-presidente do grupo Bardella; Severo Gomes, ex-ministro da Indústria e Comércio e diretor-presidente do grupo Parayba; José Mindlin, diretor da Fiesp e diretor-presidente da Metal Leve; Antônio Ermírio de Moraes, diretor-presidente do grupo Votorantin; Paulo Villares, ex-presidente do Instituto Brasileiro de Siderurgia e diretor do grupo Villares; Paulo Velinho, diretor da Associação Brasileira da Indústria de Aparelhos Elétricos e Eletrônicos (ABINEE), vice-presidente da CNI e diretor do grupo Springer-Admiral; Laerte Setúbal Filho, diretor-presidente do Grupo Duratex, e Jorge Gerdaud Johanpeter, diretor do grupo Gerdaud (apud, Bianchi, 2001, p.5).

Especificamente em relação à organização do empresariado, temos o surgimento de diversas entidades empresariais e constantes divergências no setor, sinalizando um agravamento da crise de representação das antigas federações e confederações. Segundo Bianchi (2001), ao contrário das federações e confederações essas novas entidades têm uma proposta mais abrangente, organizando empresários de diversos segmentos, articulando interesses mais amplos e se colocando como alternativa à tradicional estrutura de representação do patronato.

Destacam-se as iniciativas do Instituto Liberal, centrado na difusão do liberalismo econômico; do Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (Iedi), que com o objetivo de formular propostas para o setor de indústrias; e o já mencionado Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), fundado em 1987, por um grupo de jovens empresários que percebe a necessidade de reordenação da ideologia empresarial, em face ao contexto de redemocratização política.

O PNBE difere do Instituto Liberal e do Iedi, pois, em sua proposta não está somente, e explicitamente, a defesa e difusão de uma ideologia ou a elaboração de propostas de atuação, mas a representação empresarial pela ação. Exemplo disso está na sua origem que se deu em meio à discussão de propostas a serem encaminhadas, pelo empresariado, à Assembléia Nacional Constituinte.

Para Bianchi (2001), o PNBE nascia como resposta a uma profunda insatisfação com a estrutura tradicional de representação do empresariado brasileiro, em grande medida liderada pela Fiesp, e suas respostas frente à crise que se colocava.

Dentre os principais problemas destacados pelo PNBE estavam a ausência de uma plataforma empresarial abrangendo todas as questões abordadas na Constituinte e a fraca capacidade representativa das federações e confederações que atuavam de forma personalista, informal e clientelista. Acreditavam que o empresariado deveria participar efetivamente do processo político, extrapolando o caráter econômico-corporativo das propostas até então colocadas pelas entidades tradicionais.

Assim, o PNBE formou grupos de trabalhos, para analisar e apresentar saídas para o país, sobre questões consideradas relevantes como democracia,

cidadania, meio-ambiente, relações internacionais, relação capital-trabalho, articulação política, etc.

Através de um discurso pretensamente progressista, principalmente para os padrões empresariais, apresentou um Projeto Nacional onde constavam propostas tais como a incorporação de demandas da classe trabalhadora; a manutenção das responsabilidades do Estado no que tange à educação básica até o segundo grau; a assistência à infância, à velhice e aos desempregados e desvalidos; uma renda mínima a todos os cidadãos que não conseguissem auferir renda própria, temporária ou definitivamente; afirmava a necessidade do Estado com “tanto maior necessidade quanto mais precárias forem as condições sócio-econômicas que se verifiquem em razão de diversidades e peculiaridades regionais, setoriais e outras” (PNBE, 1994, p. 38).

Enfim, aparentemente contrariavam a prerrogativa liberal de um Estado mínimo e de um mercado auto-regulador sem, no entanto, desprezar sua opção explicitando que “a atividade econômica pressupõe o lucro, a remuneração do capital. É o lucro que viabiliza, moderniza e perpetua a atividade da empresa” (ibidem).

Apresentando um projeto que visava a superar o caráter econômico-corporativo das propostas até então colocadas na mesa pelo empresariado, a entidade (PNBE) apresentava uma nova alternativa de caráter hegemônico como saída para a crise. Tal projeto, contudo, nunca assumiu contornos muito definidos. Foi mais uma profissão de fé do que um programa (Bianchi, 2001, p. 123).

O PNBE surgia com uma proposta de ação empresarial, baseada em iniciativas conectadas com a nova ordem política e econômica e apresentando forte inclinação para a ação social. Essa perspectiva, supostamente inovadora, formaria uma das referências para o surgimento da responsabilidade social corporativa no país²⁵. Garcia (2004) afirma que o mote de questões que identificaram o PNBE, “indicava a construção de um novo modelo de empresário, bastante identificado com o personagem que, mais tarde, integraria a campanha pela responsabilidade social” (p. 38).

²⁵ Ver Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha (2002) e Garcia (2004).

De fato, grande parte das propostas defendidas pelo PNBE não surtiram o efeito esperado, mas o movimento permaneceu vivo através de projetos relacionados à questão ambiental, à saúde e à educação, e que compreendem, segundo definição dos próprios empresários, a “prática cidadã”.

Para Diniz (2000) a heterogeneidade e a fragmentação da estrutura de representação empresarial, historicamente consolidada, persiste manifestando-se pela coexistência de antigas e novas organizações, de segmentos diferentes com orientações e características diversas e, em alguns casos, contraditórias. Isto, segundo a autora, agravado pela inexistência de uma liderança empresarial de projeção nacional, capaz de exercer o papel de interlocutor da classe como um todo e, ainda, o fato da predominância do capital financeiro, grande ator da economia globalizada.

Bianchi (2001) aponta que um dos motivos de esvaziamento e reordenamento do movimento, dentre diversos outros, foi a chegada de Fernando Henrique Cardoso ao poder em 1994, quando muitas das propostas do PNBE foram deslocadas para a defesa das reformas liberalizantes, já que algumas lideranças da instituição ocuparam postos na administração estadual do partido do presidente (PSDB).

Formalmente instituído em 1995 o Grupo de Institutos e Fundações Empresariais (Gife) é, segundo Garcia, a “terceira referência central para a constituição da responsabilidade social corporativa” no Brasil (2004, p.39) Foi a primeira associação da América do Sul a reunir empresas, institutos e fundações de origem privada que, segundo denominação da própria entidade, praticam investimento social privado, ou seja, efetuam o “repasse de recursos privados para fins públicos por meio de projetos sociais, culturais e ambientais, de forma planejada, monitorada e sistemática”²⁶.

O Gife tem ainda como proposta trabalhar para o aperfeiçoamento e difusão dos conceitos e práticas do investimento social privado, contribuindo para que seus associados desenvolvam, “com eficácia e excelência”, seus projetos e atividades e subsidiando-os com informações e capacitação técnica. Promove, também, o intercâmbio de idéias e experiências estimulando parcerias na área social entre o setor privado, o Estado e a sociedade civil organizada.

²⁶ Disponível em <http://www.gife.org.br>. Último acesso em 10 de novembro de 2009.

O Gife é uma organização sem fins lucrativos que congrega diversas instituições de origem privada que, de forma voluntária e sistemática, investem recursos privados em projetos de cunho social. Seu surgimento decorre da criação do comitê de filantropia formado, em 1989, pela Câmara Americana de Comércio de São Paulo. Garcia (2004) considera que a importância do Gife se deve ao fato de ser “uma entidade representativa de dimensão associativa e, portanto, demarcadora de campo” (p. 39). A partir de sua constituição as iniciativas empresariais, no âmbito social, antes isoladas, foram ganhando racionalidade e parâmetros de comparação.

As entidades aqui mencionadas - que tiveram origem na década de 1980 e estão ligadas a diferentes grupos empresariais – canalizaram esforços no debate sobre a política industrial, ambiental, social, bem como sobre a política tributária e fiscal. Além disso, com o objetivo de superar o isolamento das entidades ao meio empresarial, estreitaram vínculos com diversos interlocutores tais como, ONG’s, lideranças políticas e de governo, imprensa, etc.

Enfim, ao liderarem a discussão sobre a redefinição do papel social do empresariado e da relação deste com o Estado e a sociedade, numa perspectiva de fortalecimento político-institucional, propiciaram um campo fértil para a expansão do polêmico terceiro setor, como vimos no capítulo anterior, e para a disseminação das práticas de responsabilidade social corporativa, que surgem como alternativa em face aos problemas sociais decorrentes da crise econômica que se instaurou no país.

A participação do Estado na estratégia de parceria com o empresariado e a sociedade civil também foi expressiva, nem tanto pela transferência da responsabilidade do financiamento para a iniciativa privada, mas sobretudo pela valorização das iniciativas do ‘terceiro setor’ – de que o Comunidade Solidária foi principal porta-voz – e pela campanha de responsabilidade social empresarial junto aos programas desenvolvidos pelos estados e municípios (Garcia, 2004, p. 45).

Paoli (2002, p. 390) afirma que tanto a idéia de “participação de novos atores” no enfrentamento da questão social, bem como a perspectiva de ampliação da cidadania, demarcaram o campo de lutas dos movimentos sociais na década de 1980. Contudo, a autora sustenta que “ao mudar de campo, esta idéia abre espaço para a ação social privada ou não-estatal, e os empresários o ocupam ao seu

modo”, a partir de regras e critérios por eles estabelecidos e de acordo com seus interesses.

Nesse sentido, Cesar (2008, p.248) assevera que é possível identificar no “ideário político do empresariado” e no discurso empresarial renovado pelas lideranças consideradas de “vanguarda”, a exemplo do PNBE, a assimilação das propostas progressistas, oriundas dos movimentos sociais da década de 1980.

Neste circuito, é possível identificar elementos de reciclagem das bases de constituição da hegemonia burguesa, pois o ideário político do empresariado absorveu as propostas ‘progressistas’ de defesa de direitos sociais, da participação e do controle social, na formulação e implementação das políticas públicas, assimilando-as ao seu nível cultural e econômico de modo a revertê-las, tornando-as funcionais ao seu projeto político: a economia de mercado. Isso se evidencia sobretudo nas lideranças empresariais de “vanguarda”, como mostra os princípios que nortearam o PNBE (ibidem).

Hoje, mais de dez anos depois, um número ilimitado de entidades atuam no campo da solidariedade empresarial. Até os grupos tradicionais, antes mais refratários à idéia de um “empresário cidadão”, aderiram ao movimento. Nesse processo, organizações tais como o Serviço Social da Indústria (Sesi), ligadas à Confederação Nacional da Indústria (CNI), que antes tinham como finalidade a destinação de serviços apenas para os seus filiados e dependentes, ampliaram sua atuação às comunidades externas e à prestação de assessoria aos empresários no desenvolvimento de seus projetos sociais.

Neste período, a instituição promoveu um grande esforço de modernização e adaptação, ao abrir suas portas para o mercado com o intuito de construir uma visão de futuro sustentável e de intervenção social para mudanças. Essa proposta foi um agente efetivo de estímulo à responsabilidade social nas empresas, como maneira de expressar a preocupação da indústria brasileira com o tema, divulgando a idéia de criar uma rede social no país (CNI, 2005, p.10).

Outra entidade que se destaca hoje no campo da responsabilidade social é o Instituto Ethos, fundado em 1998 e mantido por empresários a ele associados. Tem como objetivo a assessoria de empresas na incorporação de ferramentas de gestão vinculadas à prática da responsabilidade social, de modo que os trabalhos desenvolvidos pela iniciativa privada com “fins públicos” possam ser adotados como modelos adaptáveis e multiplicáveis por todas as regiões do país.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, caracterizada como Oscip (organização da sociedade civil de interesse público). E tem como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável²⁷”.

Criado por um grupo de empresários e executivos oriundos do PNBE, é considerado por seus articuladores um pólo de organização de conhecimento e troca de experiências, e é aqui que inova em relação às demais entidades do setor, pois estimula a produção acadêmica sobre responsabilidade social, corporativa, preponderantemente nas áreas de administração e marketing, e desenvolve projetos com entidades ao redor do mundo, a exemplo da parceria com a Organização das Nações Unidas, através da *Global Compact*.

Segundo Garcia (2004) outro diferencial do Instituto Ethos está na sua “natureza mobilizatória” (p. 42). Atento à opinião pública, investe em publicidade com duplo intuito: de mobilização do campo empresarial e de divulgação da responsabilidade social para a sociedade em geral, através dos veículos de comunicação.

Pela sua relevante atuação na divulgação das ações de responsabilidade social, não podemos deixar de mencionar, também, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), que criou o primeiro modelo de balanço social no Brasil²⁸.

Segundo o Ibase, a idéia de criar um balanço que contemplasse as atividades sociais das empresas teve origem nos EUA e na Europa, na década de 1960. No Brasil, foi apenas na década de 1990 que empresas de diferentes setores passaram a publicar o balanço social anualmente. No entanto, a proposta só foi nacionalmente ampliada, fora do eixo Rio e São Paulo, quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação do balanço social, com o apoio e a participação de lideranças empresariais²⁹.

²⁷ Disponível em www.ethos.org.br. Acesso em 17 de fevereiro de 2010

²⁸ O Ibase é considerado propulsor da responsabilidade social em Furnas Centrais Elétricas, através de campanha da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria, e pela Vida, empreendida pelo fundador do movimento, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, nos anos de 1993 e 1994.

²⁹ Fonte: www.ibase.org.br. Acesso em 07 de novembro de 2009.

Para o Ibase, o balanço social demonstra publicamente um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, acionistas e à comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos.

Ou seja, assim como as demais entidades que tratam do tema responsabilidade social, o Ibase, através de seus indicadores sociais, difunde a prática da responsabilidade social corporativa para dentro e para fora da empresa, ou melhor, as ações são dirigidas ao público interno e externo. É um instrumento que evidencia a responsabilidade social em valores monetários, apresentando os montantes investidos pelas empresas. É composto por itens tais como: indicadores sociais internos; indicadores sociais externos; indicadores ambientais; informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial e outras informações que a empresa considere importante quanto ao exercício da responsabilidade social, da ética e da transparência³⁰ (Ibase, 2009).

Garcia (2001) afirma que a atuação dos empresários, no que tange à responsabilidade social, ganhou maior visibilidade apoiada no seguinte tripé: o discurso, através da apropriação de conceitos concernentes aos movimentos sociais de esquerda da década de 1980, como já mencionamos; o conteúdo das ações, antes restrito à produção e à reprodução da força de trabalho e agora deslocado para ações sociais externas e relativas à promoção e ao resgate da cidadania; e, finalmente, a estratégia de publicizar suas ações através de premiações, selos e certificações, ou o que alguns autores denominam de marketing social (p. 67).

Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha (2002) em pesquisa realizada com diversas entidades representativas do empresariado, concluíram que “a problemática da responsabilidade social é assumida por diferentes perspectivas e é realizada de maneira heterogênea” (p. 270).

Para eles, tal fato decorre da diversidade de atores que mantêm interlocução com os setores empresariais e das diferentes intenções pelas quais as organizações optam por sistematizar programas de responsabilidade social. Nesse âmbito, situa-se a crença de que muitas não passam de ações inconsistentes restritas ao marketing.

³⁰ Os indicadores mencionados compreendem o “Modelo Ibase 2008” de balanço social.

Mas, a responsabilidade social está longe de ser uma unanimidade, inclusive no próprio campo empresarial, onde ela tem origem. Garcia (2001) aponta algumas objeções à idéia para demonstrar as limitações do fenômeno e o quanto ele está impregnado de ideologia:

A crítica quanto à questão da capacidade moral da empresa: Para recusarem a doutrina de responsabilidade social, alguns *adversários* alegam que a empresa, como entidade artificial que só existe perante a lei, não é um ser consciente e, portanto, não pode ser responsabilizado moralmente.

A questão do lucro como princípio constitutivo: Segundo o capitalismo clássico, a empresa nada mais é do que uma propriedade dos acionistas que a instituíram com a finalidade exclusiva de obter lucros. Com isso, consideram definidas sua função e sua responsabilidade.

A questão do modelo de competência técnica; Outro argumento muito utilizado pelos fundamentalistas na sua oposição à doutrina da responsabilidade social consiste em afirmar que empresas e administradores não estão preparados para desenvolver atividades sociais fora de suas especialidades. Tal objeção serve apenas para lembrar que a empresa deve aplicar seu *know-how* gerencial com mais cuidado, escolhendo os caminhos adequados e contratando os elementos próprios, de modo a obter a melhor combinação de recursos e administrá-los visando à otimização dos resultados desejados. E precisamente nisto consiste a capacitação técnica gerencial que se supõe seja a especialidade dos administradores.

A questão da legitimidade para administrar ‘o social’: Segundo alguns, a empresa e seus administradores não receberam da sociedade a missão de identificar o que constitui interesse social, definir prioridades e resolver qual o montante de recursos a ser aplicado nesse ou naquele setor.

A questão do fortalecimento da empresa: Há quem se oponha a doutrina da responsabilidade social por ver nela um pretexto para ampliação do raio de ação das empresas, levando-as a entrar em setores até então fora de sua influência.

A questão do fortalecimento do governo: Para alguns fundamentalistas a doutrina da responsabilidade social acaba sendo um pretexto para maior intervenção do Estado na economia, de vê-se que a definição de tais responsabilidades deve ser feita não pela empresa, mas pela sociedade (Duarte e Dias, 1986, p. 66-69 apud Garcia, 2001, p. 84).

Podemos concluir que apesar do sem número de entidades dispostas a estipular parâmetros e a disponibilizar ferramentas gerenciais para as ações sociais empresariais, o campo da responsabilidade social ainda está bem distante de configurar uma prática homogênea.

O hibridismo preponderante nas práticas sociais do empresariado pode ser constatado nas diferentes formas de implementá-las, bem como na dificuldade em defini-las, como veremos a seguir.

3.2 Responsabilidade Social x Filantropia Empresarial

Neste item apontaremos algumas reflexões sobre o fenômeno da responsabilidade social corporativa e suas semelhanças e diferenças com o conceito de filantropia empresarial, tão expressa e contundentemente rejeitado pelos profissionais entrevistados durante o trabalho de campo, conforme veremos mais adiante.

O fenômeno da responsabilidade social corporativa, ou simplesmente responsabilidade social, decorre de uma busca por uma nova forma de regulação das relações sociais, centrada na esfera da produção de bens e serviços. Hoje ele é objeto de estudo de diversos pesquisadores, que utilizam terminologias variadas para conceituar a atuação do empresariado no social.

Como mencionamos no capítulo anterior, o hibridismo desta atuação pode ser facilmente notado nas diferentes formas de implementação dos programas de responsabilidade social e na falta de consenso acerca de sua definição. O que têm em comum é que, independente da abordagem utilizada, crítica ou conformista, todos – mídia, empresários, pesquisadores, profissionais que atuam na área, etc. - definem a responsabilidade social a partir do enfrentamento das mazelas sociais, ou, em outras palavras, da atuação do empresariado frente à questão social em suas múltiplas expressões. Assim, com o intuito de evidenciar tal fato e de balizar nosso estudo, destacaremos, a seguir, algumas concepções acerca do tema.

No entendimento de Cesar (2008), que analisou a atuação social do empresariado sob uma perspectiva crítica, a responsabilidade social corporativa é uma “estratégia de reorganização das práticas empresariais”, baseada numa aparente “diminuição do papel do Estado como agente de regulação social, bem como na mobilização da *sociedade civil* no enfrentamento das seqüelas da questão social” (p. 295). Contrapondo a intervenção ineficiente e ineficaz do setor público, cabia à esfera privada, dotada de racionalidade e competência, dar impulso ao desenvolvimento econômico e social do país.

Não por acaso, essa ideologia ganha força com o suposto esgotamento do modelo de bem-estar - que pressupõe o protagonismo do Estado na prestação dos serviços sociais - e no auge do projeto neoliberal de sociedade, demandando das

empresas um maior comprometimento com o social, a partir de valores como ética e transparência, e da sociedade civil uma ampliação de sua participação.

Segundo Pereira (2008, p. 178), é importante fazer a distinção entre Estado de Bem-Estar (*Welfare State*) que é a instituição encarregada de promover o bem-estar social e o processo de bem-estar social (*social welfare*) propriamente dito, e ao qual nos referimos, que segundo a autora é:

[...] o resultado de uma ação política que confere efetivo bem-estar a indivíduos e grupos. Em particular, o bem-estar tem estreita ligação com a política social visto que a esta compete garantir à população níveis de renda e acesso a recursos e serviços básicos, impedindo-lhe de cair na pobreza extrema, no abandono e no desabrigo (ibidem).

Essa suposta ação social realizada pelo empresariado, em parceria com os mais diversos segmentos da sociedade, é percebida como uma oportunidade de reforço da marca e melhoria da imagem da empresa na busca de sua legitimação perante os atores sociais. Ela se desenvolve a partir de ações que, sob o ponto de vista do empresariado, são definidas

[...] como o conjunto de atividades que a empresa realiza para atender, internamente, às necessidades de seus empregados e dependentes e, externamente, às demandas das comunidades, em termos de assistência social, alimentação, saúde, educação, preservação do meio ambiente e desenvolvimento comunitário, entre outras (Cesar, 2008, p. 18).

Ao longo da pesquisa bibliográfica realizada neste estudo, percebemos que é recorrente no discurso do empresariado ressaltar o aspecto interno e externo da responsabilidade social corporativa, pois diz respeito à compreensão desta a partir de uma atuação social estratégica que se dá sob a lógica dos *stakeholders*, ou grupos de interesses. Algumas dessas concepções enfatizam, inclusive, que se o empresário não investe no bem-estar de seu corpo funcional, não está apto a investir nas comunidades extramuros.

O empresário que está realmente preocupado com a melhoria das condições de vida da comunidade preocupa-se, antes de mais nada, com a qualidade de vida de seus próprios trabalhadores e respectivos dependentes. Assim, sua atuação deve compreender benefícios e serviços voltados ao público interno - alguns exemplos mais comuns são os programas de treinamento e

capacitação profissional, auxílio alimentação, planos de saúde e previdência privada complementar, etc. - para só depois extrapolar os limites da empresa.

Para Menegasso (2001) a idéia de responsabilidade social pressupõe que a atividade empresarial envolva o compromisso de toda a cadeia produtiva: clientes, fornecedores, empregados, comunidades, ambiente, governo e sociedade:

Portanto, pode-se abordar a questão da responsabilidade social sob duas dimensões: uma delas se refere ao trabalhador inserido no espaço organizacional, às suas condições de trabalho e benefícios e a outra, refere-se aos investimentos em projetos ou organizações sem fins lucrativos e está diretamente relacionada com a participação em projetos ou o desenvolvimento de ações nas comunidades (2001, p.4).

Outro aspecto diz respeito à utilização do conceito de filantropia empresarial para denominar a atuação social do empresariado. Cesar (2008) ressalta que a estratégia da responsabilidade social corporativa difere, em sua amplitude, da filantropia empresarial. Entretanto, inclui práticas filantrópicas e as têm como referência, embora não se restrinja a elas. Disso concluímos que a responsabilidade social corporativa compreende uma atuação mais abrangente e sistematizada, ao contrário das ações pontuais de filantropia que dependem da vontade e disponibilidade do filantropo.

Garcia (2004, p.23) ressalta que:

A necessidade de distinção entre as ações de responsabilidade social e as relacionadas à filantropia não resulta, em geral, de um problema de universo de abrangência, em que uma forma (responsabilidade social) contém a outra (filantropia empresarial), mas de uma diferença conotativa, em que a responsabilidade social, para seus formuladores, aparece como portadora de valores considerados mais consistentes e fomentadores de capital social.

A filantropia, segundo a autora, carregaria um estigma de prática restrita e paternalista, dependente da opção pessoal do empresário e caracterizada por ações reativas e isoladas. Além de uma estreita vinculação com aspectos valorativos relacionados à religião. Historicamente, a filantropia no Brasil guardou traços da caridade católica. Considerando a forte presença da Igreja Católica, especialmente nos anos de institucionalização das políticas sociais (1930 e 1940), tal influência marcou profundamente as intervenções no campo social dando um caráter cristão ao termo filantropia.

Garcia (2001) considera que existe por parte dos empresários que atuam no campo social uma necessidade premente de se afirmar como diferente da prática religiosa, em especial da ação caritativa. Isso se deve ao fato de que, na ótica do empresariado, a religião produziria ações fragmentadas, “cuja expectativa de finalidade não ultrapassaria as obrigações morais com Deus e o próximo, no sentido de dimensão consoladora” (p, 72). Neste sentido, a autora argumenta:

Esta leitura da dimensão religiosa, embora correta sob determinados aspectos, é insuficiente, se considerada a dimensão mais crítica e politizadora que alguns segmentos e princípios religiosos representam. Não é, contudo, casual, que se faça uma referência tão reiterativa à religião como um campo a se diferenciar. As referências à técnica e ao método estão em um plano de importância superior ao da ação espontânea e baseada em critérios pessoais, típicos da ação religiosa. É oportuno dizer que se trata aqui de uma caracterização da religião, tal como foi historicamente implantada e reproduzida no Brasil, o que não se aplica a outros modelos de sociedade também marcados pela forte ligação da religião no campo social, como é o caso dos EUA (Garcia, 2001, p. 72-73).

Ainda de acordo com Garcia (2001 e 2005), a responsabilidade social teria um conteúdo pretensamente novo e mais eficaz ao incorporar elementos da justiça social, afinados com os direitos sociais, além de traduzir a ampliação da função social da empresa para além da esfera da produção.

Para a autora “a referência recorrente à responsabilidade social, à busca de fortalecer um senso de dever cívico, no âmbito empresarial, traduzem-se na busca de ampliação da função social da empresa para além da esfera produtiva” (2001, p. 83). A idéia de uma lógica empresarial que se move pela responsabilidade social tem implicações dentro e fora da empresa. E, para corroborar sua afirmação, Garcia (op. cit.) cita Neto e Fróes:

A responsabilidade social interna focaliza o público interno da empresa, seus empregados e seus dependentes. O seu objetivo é motivá-los para um desempenho ótimo, criar um ambiente agradável de trabalho e contribuir para o seu bem-estar. Com isso, a empresa ganha sua dedicação, empenho e lealdade. Os ganhos de produtividade são enormes. A responsabilidade social externa tem como foco a comunidade mais próxima da empresa ou o local onde ela está situada (Neto e Fróes, 1999, p. 83 apud Garcia, 2001, p. 83).

Ao se referirem às dimensões interna e externa da responsabilidade social Neto e Fróes (1999) ressaltam que existem casos de empresas que privilegiam uma dimensão em detrimento à outra. Ou, segundo os autores, são mais eficazes e

atuantes em apenas uma destas dimensões. Como exemplo citam o fato de que algumas empresas fazem doações para obras e campanhas sociais e, ao mesmo tempo, remuneram mal seus empregados, não oferecem benefícios e realizam demissões em massa.

Em seu estudo sobre as novas configurações do social, Quiroga (2001) atesta que, a partir dos anos 1990, emerge uma perspectiva de atuação social, realizada por entidades empresariais, que articula valores cívicos de responsabilidade social ou pública das empresas, com as sociedades nas quais se inserem, onde “a perspectiva é de uma ação eficiente e estratégica no campo das questões sociais” (p. 54). Ou seja, não se trata de uma proposta de atuação universalizante no campo social, mas de um direcionamento específico em ações e grupos ou setores sociais relacionados aos interesses empresariais.

Partindo da análise de Kameyama (2000), onde afirma que em relação à ação social do empresariado houve uma evolução dos donativos, sob a forma de caridade, para doações estruturadas, sob a forma de investimento social, tornando assim tais práticas em estratégias empresariais e não mais um compromisso pessoal do empresário, Cesar (2008) pondera que as atuais ações do empresariado na esfera social apenas podem ser comparadas com a filantropia propriamente dita se tomadas à semelhança de seus objetivos, já que tanto uma quanto a outra são “formas de camuflar as novas estratégias de exploração, negando as contradições na medida em que a consciência e a sociabilidade que se constroem na esfera da produção deslocam-se para a esfera da reprodução e do consumo” (Kameyama, 2000, apud Cesar, 2008, p. 30).

Para Beghin (2005) trata-se da neofilantropia empresarial, uma nova forma de exercício da filantropia a partir de exigências morais da responsabilidade e da ética. É a busca pela regulação da exclusão social, apelando às obrigações morais e éticas, “retirando da arena política e pública os conflitos redistributivos e de demanda coletiva por cidadania e igualdade” (p. 55).

Segundo a autora, por trás do discurso da responsabilidade social se esconde uma maneira de gerenciar a questão social que envolve não só a sociedade, mas também o Estado, só que “um novo Estado - reformado e gerencial”, devendo este intervir nos campos social e econômico, desde que assegure ao mercado um funcionamento ótimo. As ações da sociedade vêm para complementar o Estado, contribuindo para amenizar os efeitos decorrentes do

mercado globalizado. Beghin (op. cit.) acredita que assim como a filantropia empresarial de caráter caritativo, essa “neofilantropia” também se configura filantrópica porque tem como objetivo regular a exclusão, através da busca do gerenciamento dos conflitos e do apelo às obrigações morais e éticas.

A neofilantropia empresarial opera essencialmente por intermédio da discricionariedade do atendimento e da seletividade das parcelas da população a serem integradas, e do controle de quem é supérfluo a esse movimento. Ou seja, para além da retórica da responsabilidade social e da solidariedade, o investimento social privado contribui para descaracterizar a própria noção da cidadania: a mesma passa a ser entendida como participação e, no lugar dos sujeitos de direitos, entram em cena os beneficiários ou usuários de serviços (Beghin, 2005, p. 55).

Cheibub e Locke (2002) ressaltam que o conceito de responsabilidade social corporativa deve ir além dos requisitos econômicos e legais, já que devemos tomar como dado que as empresas, por princípio, devem assumir suas obrigações, sejam elas de natureza tributária, fiscal, trabalhista, ambiental, entre outras. Argumentam que não faz sentido denominar de responsabilidade social o cumprimento da lei, programas e benefícios, fruto de negociações trabalhistas. Pois, assim, estaríamos diante de uma questão de poder, barganha política, e não de responsabilidade social.

Classificam a responsabilidade social a partir de quatro modelos básicos de inserção das empresas no meio social: *produtivismo*, *idealismo ético*, *filantropia e progressista*. Na visão dos autores tais modelos operam em duas dimensões, a saber:

A primeira refere-se aos grupos ou atores beneficiários da gestão e das ações das empresas. Nesta dimensão, coloca-se em um extremo do contínuo os acionistas ou donos (modelo dos *stockholders*) e, no outro extremo, todos os grupos que têm uma relação com uma empresa e que podem se beneficiar, mediata ou imediatamente, de suas ações. Neste caso, considera-se como beneficiários, além de outros possíveis grupos sociais, a comunidade que a empresa se localiza, seus acionistas e até mesmo seus trabalhadores (modelo dos *stakeholders*) (Cheibub e Locke, 2002, p. 280).

Se, na primeira dimensão, o foco está no alvo das ações, na segunda dimensão prevalecem os motivos pelos quais as empresas implementam suas ações sociais.

Neste caso, consideram-se, por um lado, aquelas ações que tenham objetivos mais amplos que os imediatamente ligados aos interesses da empresa (motivações de ordem moral e valorativa) e, por outro lado, as ações que atendam aos interesses imediatos das empresas (motivos instrumentais) (Cheibub e Locke, 2002, p. 281).

Para os autores o *produtivismo* diz respeito aos interesses da própria empresa, seus acionistas (*stockholders*), definindo os potenciais beneficiários da ação social. As ações só se realizam se houver ganho real para a empresa. O modelo denominado *filantropia* é caracterizado por uma gestão empresarial para os acionistas (*stockholders*), onde as ações se realizam por motivos de caráter moral não trazendo, necessariamente, benefícios para a corporação. Já o modelo de *idealismo ético* compreende uma gestão empresarial focada nos benefícios para um público mais abrangente (*stakeholders*) e, também, apresenta uma motivação moral nas ações realizadas fora da empresa.

Finalmente, o modelo *progressista* que tem por característica uma gestão empresarial para um público mais amplo (*stakeholders*), possui um instrumental para as ações sociais e estas só se realizam se trouxerem benefícios tangíveis para a empresa. Os quatro modelos apresentados são por eles considerados como formas de responsabilidade social corporativa, mas, segundo os autores, na literatura brasileira sobre a questão, predominam os modelos de *filantropia* e *idealismo ético*.

Entretanto, contrariando o discurso da maioria que atribui às empresas obrigações de ordem moral e ética na prática da responsabilidade social corporativa, Cheibub e Locke (2002) rejeitam a máxima que impõe às ações sociais empresariais argumentos morais e políticos. Asseveram que não há, em princípio, base moral e política para que as empresas assumam responsabilidades sociais, que vão além de suas obrigações legais e de seus interesses corporativos.

Sendo assim, não poderíamos ter expectativas legítimas de que as empresas assumam responsabilidades sociais, pois estas não teriam obrigação de fazê-las. Para os autores, a responsabilidade social é entendida como auto-interesse, devendo existir por trás das ações sociais empreendidas um interesse econômico. Consideram um equívoco inquirir sobre os motivos que levam as empresas a assumirem determinadas responsabilidades sociais.

Dizer se os determinantes da responsabilidade social são valores ou interesses³¹ é, na opinião de Cheibub e Locke (op. cit.), uma questão política e moralmente irrelevante, além de mal formulada, pois consideram que as empresas podem e/ou devem ter responsabilidades sociais apenas se for de seu interesse, do interesse de seu negócio e trazer benefícios para sua atividade, sua posição de mercado, etc.

Ou seja, as empresas não podem ser obrigadas a assumir responsabilidades que vão além de suas obrigações legais e de seus interesses econômicos imediatos. Sendo assim, diferentemente das ações de caráter estatal, que pressupõem direito garantido constitucionalmente, a intervenção social do empresariado se configura como uma ação não pactuada, não assegurada para aqueles que dela usufruem.

Cheibub e Locke também ressaltam que o principal problema com os modelos e os argumentos que sustentam tais intervenções é que elas partem do princípio de que todos os atores sociais envolvidos nessa complexa rede de solidariedade social são beneficiados e que há, em decorrência, um ganho líquido e certo para a sociedade, sem se levar em consideração a dimensão pública e política dessas ações que se processam num vácuo político e social, já que esvaziam o papel do Estado e não introduzem a dimensão política acerca da responsabilidade do poder público na garantia dos direitos sociais constitucionalmente conquistados (Cheibub e Locke, 2002, p. 282-283).

Ainda, segundo os autores, as ações de responsabilidade social corporativa têm conseqüências políticas não só para as empresas e para os grupos por elas beneficiados, mas para toda a sociedade, pois causam impacto na distribuição de poder político. Concluem, assim, que as empresas acrescentam ao seu poder econômico o poder social, diminuindo o poder e a autonomia de outros atores sociais e contribuindo para o esvaziamento do espaço público e da compreensão de que o bem-estar social é um direito de cidadania.

No tocante às práticas relacionadas com responsabilidade social, Neto e Fróes (1999) destacam uma mudança no foco, passando pelas ações meramente filantrópicas até as ações mais substanciais que proporcionem desenvolvimento social. Schommer e Fischer (1999), de certa maneira, discordam dessa mudança.

³¹ Referência ao título do artigo publicado pelos autores em 2002: “Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas”.

Eles observam que, no cotidiano organizacional brasileiro, o entendimento de responsabilidade social se relaciona diretamente com as ações voltadas para o lucro. Pode até mesmo incluir ações filantrópicas ou outras mais substanciais para a comunidade, desde que também haja retorno para a empresa.

Nesse sentido, o conceito de responsabilidade social implicaria duas lógicas que convivem no espaço organizacional. Em uma estaria um modelo de gestão que apregoa a ênfase na abertura à responsabilidade e à ética; em outra surge a filantropia de alto rendimento, com foco no *marketing*, no *endomarketing*, nas exigências do mercado, e em restrições e benefícios legais oriundos do governo.

Martinelli (1997) corrobora tal argumento ao afirmar que existem organizações atuando no campo da responsabilidade social, ao visualizarem oportunidades de negócios. Outras atuam como organização social, por se preocuparem em manter um relacionamento harmonioso e ético com todos que compõem seus grupos de interesse, sejam clientes, fornecedores, governos, acionistas ou sociedade. Existem também aquelas que atuam como empresas cidadãs, ao contribuírem para o desenvolvimento social e por assumir esse compromisso.

Outro mote que se destaca na gestão empresarial moderna tem amparo no conceito de desenvolvimento sustentável, este que vem sendo incorporado pelos empresários e administradores, desde 1998, quando ocorreu a reunião do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável, ligado ao *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD). Neste fórum, ficou acordado que “como parte integrante do conceito de desenvolvimento sustentável, a responsabilidade social insere-se na dimensão social, que juntamente com as dimensões econômica e ambiental constituem os três pilares do desenvolvimento sustentável” (Menegasso, 2001, p.67).

Nesse âmbito, outro fato marcante foi o Pacto Global (*Global Compact*), lançado oficialmente em 26 de julho de 2000, em Nova York, e que nasceu de um apelo feito pelo secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, no Fórum Econômico de 1999, para que o mundo empresarial se unisse com o objetivo de “dar uma face humana à globalização”. O objetivo do pacto é estimular o alinhamento das políticas e práticas empresariais com “os valores e metas acordados mundialmente, na busca de uma economia global mais sustentável e

inclusiva, que proporcione condições de acesso à educação, habitação, alimentação, transporte, emprego e saúde”.³²

Nesse contexto, o Instituto Ethos - que como mencionamos no capítulo anterior é uma das instituições legitimadoras da prática social do empresariado e sua principal divulgadora - conceitua responsabilidade social empresarial como:

A forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e a redução das desigualdades³³.

Para o Ethos a responsabilidade social corporativa tem que transcender a simples geração de empregos, o cumprimento das obrigações legais e a implementação de ações meramente filantrópicas. Esta seria uma visão arcaica e já superada da responsabilidade social, que para sobreviver aos imperativos do rápido avanço tecnológico, do cada vez mais exigente mercado consumidor e das dramáticas mudanças na ordem mundial, agregou à discussão o conceito de sustentabilidade.

A parceria das empresas com o Estado e a sociedade civil no enfrentamento da questão social aparece agora sob a perspectiva de desenvolvimento econômico, social e ambientalmente sustentável. Frente às dramáticas mudanças climáticas - decorrentes do agravamento do efeito estufa, historicamente ocasionado pelo processo de industrialização dos países denominados do Primeiro Mundo - a agenda mundial atual coloca como imperativo a visão da responsabilidade de todos em operar o desenvolvimento de forma sustentável.

Apresentando respostas rápidas às demandas da sociedade, notamos que as empresas, buscando a manutenção de sua legitimidade, através de suas práticas socialmente responsáveis, caminham a passos largos para a ampliação de seu escopo de atuação, incorporando à sua terminologia a expressão que está na ordem do dia: questão ambiental.

³² Disponível em www.pactoglobal.org.br. Acesso em 20 de janeiro de 2010.

³³ Disponível em www.ethos.org.br. Acesso em 21 de dezembro de 2009.

Sem menosprezar os avanços que as práticas de diminuição dos impactos ambientais possam representar, acreditamos que o surto ambientalista das empresas expressa-se como resultado de uma recente, e aparente, tomada de consciência por parte delas, acompanhada de propalados comprometimento e responsabilização com a causa ambiental.

Talvez um estudo mais profundo, acerca dos aspectos que envolvem as corporações e a questão ambiental, possibilitasse evidenciar a contradição presente nesta nova prática, tendo em vista que o processo industrial é um dos fatores que, ao longo da história, mais causou danos e poluiu o meio-ambiente.

Outro aspecto diz respeito ao fato de que gerenciar a questão ambiental é, na atualidade, indispensável ao bom desempenho empresarial. Principalmente se considerarmos que desastres ambientais acarretam o ônus de multas, processos por crimes ambientais, ações e investimentos para a reversão de danos, assim como desgastam a imagem da empresa.

Sob este ângulo, as empresas imprimem tanto ações preventivas de desastres quanto práticas compensatórias. Além disso, procedimentos voltados à prevenção, reutilização, reciclagem, recuperação e redução do uso dos recursos naturais, podem ser significativos para o orçamento organizacional, tendo em vista a possibilidade de redução de custos que está embutida nesta prática.

Enfim, a gestão para o desenvolvimento sustentável, aí incluída a responsabilidade social como partícipe do processo, se impõe como um indicador central da nova competitividade que tem colocado as empresas do mundo inteiro na busca pela sustentabilidade ajustada ao desempenho econômico.

Nesta perspectiva, as empresas devem, portanto, tomar atitudes que evitem os riscos ecológicos e não adiar o problema, já que alguns prejuízos são irreversíveis. Tal abordagem pode inclusive evitar gastos maiores com tratamento tanto do meio ambiente quanto de populações atingidas por sua degradação. Além disso, é mais fácil e menos oneroso preservar a boa imagem da empresa que tentar recuperá-la.

Não nos cabe aqui uma análise reducionista, valorizando o caráter altruísta ou desprezando os objetivos organizacionais específicos, com o retorno em termos de imagem da incorporação da causa socioambiental. É esperado das organizações que elas busquem construir uma impressão positiva em seu público-alvo e que para isso gerenciem uma imagem de responsabilidade social.

O que pretendemos neste trabalho é um melhor entendimento acerca das conseqüências, para o Serviço Social, da incorporação pelas empresas da dimensão ética, social e ambiental que rege nossa sociedade na contemporaneidade. As empresas mantêm em suas equipes, assistentes sociais trabalhando com programas de responsabilidade social. Ademais, acreditamos que ao gerenciar uma imagem socialmente responsável, as empresas operam um aparato, uma racionalidade, que produz efeitos na prática profissional do assistente social e no Projeto Ético-Político do Serviço Social, como veremos no capítulo a seguir.