

# 1 O PROBLEMA

## 1.1 INTRODUÇÃO

Com a globalização e o ritmo acelerado das inovações tecnológicas, a humanidade inicia o século XXI com acesso a um grande volume de informações.

Bem informada, a sociedade, diariamente, entra em contato com problemas existentes em todas as partes do globo, em maior ou menor intensidade: a existência de bolsões de desenvolvimento e prosperidade, contrastando com um mundo no qual mais da metade de seus habitantes vive em situação de pobreza, com alto grau de degradação do meio ambiente, aumento da violência, terrorismo, analfabetismo, para citar os conflitos mais acentuados.

Pesquisas recentes apontam a concentração de renda como um dos problemas mais graves do planeta. Nesse contexto, o Brasil contribui com sua parcela de desigualdade: sua economia é a 13ª do mundo em termos de PIB, enquanto seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) ocupa o 65º posto, em um rol de 175 países, atrás do Cazaquistão e de Cuba.<sup>1</sup> A desigualdade de renda no país, medida pelo Índice de Gini<sup>2</sup>, aumentou em 23 dos 27 Estados brasileiros, totalizando 3.654 municípios brasileiros com crescimento na concentração de renda durante a década de 90. Segundo dados do “Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil”, a má distribuição de renda coloca o país como a sexta maior nação do mundo em concentração de renda (PNUD, 2003). A persistência de um alto grau de desigualdade, apesar da evolução global do país, que, em vinte e seis anos, avançou dezesseis posições no IDH, é apontada por estudiosos como o maior problema nacional. (RDH 2003)

---

<sup>1</sup> fonte: BNDES, 2003.

<sup>2</sup> O Índice de Gini varia de zero a um e, quanto mais perto de um, pior é a distribuição de renda. Na média nacional, o Índice de Gini está em 0,609.  
OLIVEIRA, F.; PARAGUASSÚ, L.; OSWALD, V. *A desigualdade se espalha*. Jornal O Globo, Rio de Janeiro, p. 21, 3 out.2003.

Diante desse quadro, a sociedade brasileira passou a demandar uma postura mais consciente por parte dos atores sociais que a compõem. Privilegia-se, cada vez mais, a ação cidadã de pessoas, sociedades civis e empresas (Souza, 2001).

Das empresas, demanda-se que desempenhem suas atividades, considerando não apenas os interesses dos acionistas, mas também os dos consumidores, os dos fornecedores, os dos empregados, os da comunidade, os da sociedade e os do meio ambiente, de modo a promover benefícios para os diferentes grupos de *stakeholders*<sup>3</sup>, estimular o exercício da cidadania e possibilitar o desenvolvimento sustentável (Coutinho, 1999, p. 2).

Para aprofundar a compreensão acerca da possibilidade de as empresas desempenharem tal papel, cabe uma análise do contexto no qual as organizações estão inseridas.

De acordo com a moderna teoria dos sistemas, as organizações existem como elementos de um ecossistema complexo, e não de forma isolada e auto-suficiente. A ecologia organizacional ressalta o caráter polissistêmico do mundo social, cujos sistemas se edificam uns sobre os outros, e demonstra que as organizações e os demais componentes do ambiente estão engajados em uma espécie de padrão de criação mútua (Morgan, 1996, p. 72).

Segundo esse enfoque, a evolução é vista como um movimento do ecossistema total que flui através da transformação de um padrão de relações, abrangendo não só as unidades separadas, mas os diferentes organismos e seus ambientes.

Assim, as organizações são, em princípio, capazes de influenciar e provocar mudanças na natureza de seus ambientes, e podem desempenhar um papel ativo no delineamento do futuro. Da mesma forma, as organizações são afetadas pela

---

<sup>3</sup> “Qualquer grupo dentro ou fora da organização tem interesse no desempenho da organização”. LOURENÇO, A. G.; SCHRODER, D. S. *Vale investir em Responsabilidade Social Empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas*. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/comunidade\\_academica/premio\\_ethos\\_valor/trabalhos/300\\_alex\\_e\\_debora.doc](http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/premio_ethos_valor/trabalhos/300_alex_e_debora.doc)>. Acesso em: 12 fev.2003.

dinâmica multisistêmica do ambiente, regido, por sua vez, pela complexidade das interações entre as redes sociais.

Nesse cenário, que tem como base a interdependência generalizada, cresce, a cada dia, a consciência da importância da solidariedade e do fortalecimento das redes sociais em diferentes níveis do sistema social. No mundo organizacional, assistimos ao aumento do debate sobre o papel social das empresas, como também acompanhamos o desenvolvimento, cada vez mais freqüente, de ações de responsabilidade social corporativa.

Esse tema vem sendo tratado sob diferentes enfoques. Por um lado, há aqueles que, como Friedman (1970), com a sua visão dos direitos de propriedade, defendem que a maior responsabilidade das empresas reside em seu papel econômico, gerando riquezas para a sociedade, ao passo que, para outros, como Shrivastava (1995), o tema precisa ser abordado sob a ótica da sustentabilidade e da qualidade de vida de todos os atores sociais, pois, para o autor, estes seriam os maiores objetivos das corporações.

Uma possibilidade seria a de relacionar a responsabilidade social corporativa ao conceito de solidariedade e, o que é ainda pouco explorado no campo de estudos da Administração, à noção de dádiva. O conceito de dádiva, originado nos estudos etnográficos de Marcel Mauss em meados de 1920, deu origem a uma corrente de pensamento que defende a idéia de que os fundamentos da sociedade devem ser compreendidos sob uma ótica interacionista, fugindo ao paradigma utilitarista dominante nas ciências sociais. Como será apresentado no capítulo de referencial teórico do presente estudo, o Paradigma da Dádiva demonstra ser interessante como quadro de referência para analisarmos o foco de gestão de responsabilidade social nas empresas.

A partir da situação problema apresentada, propomo-nos a investigar a questão da dádiva, da solidariedade e suas relações com a responsabilidade social corporativa.

## 1.2 OBJETIVOS

Dentro da situação problema detalhada na introdução desta proposta, a presente pesquisa tem como objetivos:

### 1.2.1 OBJETIVO FINAL

Analisar até que ponto a gestão da responsabilidade social corporativa no Brasil pode ser associada aos princípios da dádiva e da solidariedade. Para cumprir tal objetivo, foi realizado um estudo de caso de uma organização de economia mista que atua em projetos sociais em diversos estados do país, a Petrobras S.A., atualmente uma das maiores investidoras em responsabilidade social corporativa no Brasil.

### 1.2.2 OBJETIVOS INTERMEDIÁRIOS

Com o intuito de atingir o objetivo final deste projeto, é necessário atender aos seguintes objetivos intermediários:

- Conceituar solidariedade e dádiva;
- Conceituar responsabilidade social corporativa;
- Identificar se solidariedade, dádiva e responsabilidade social corporativa são concepções relacionadas;
- Identificar o que as concepções de solidariedade, dádiva e de responsabilidade social corporativa podem aportar à sociedade;
- Descrever a evolução da atuação social da empresa estudada ao longo dos anos;
- Coletar a opinião dos membros dos grupos de *stakeholders* afetados pelas ações sociais da empresa;
- Identificar como a empresa estudada se posiciona com relação à solidariedade, aos princípios da dádiva e à responsabilidade social corporativa.

### 1.2.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Sabemos que o inter-relacionamento entre os diversos atores sociais no ambiente empresarial é permeado por uma crescente complexidade. O dinamismo do cenário mundial e a constante adequação das empresas às mudanças trazem em si um grande desafio: o de compreender a interdependência estabelecida entre os agentes envolvidos em uma rede social <sup>4</sup>.

Embora estejamos cientes de que as ações sociais das empresas afetam simultaneamente vários grupos de stakeholders, para os fins da presente pesquisa, pretendemos nos concentrar no estudo das relações da organização com as comunidades contempladas por seus projetos.

Tal delimitação pode ser explicada pela proposta de desenvolver um estudo profundo acerca de tais relações. Não obstante, o grupo de stakeholders correspondente aos empregados foi também contemplado na pesquisa, porém com caráter complementar à investigação previamente mencionada.

Cabe-nos ressaltar que o trabalho em questão não objetiva investigar o fenômeno em uma amostra de sujeitos estatisticamente significativa. Optamos por realizar o estudo com um número limitado de sujeitos, o que tornou possível o aprofundamento da problemática levantada. Para tal, entrevistamos o diretor da maior área de negócio da empresa, os dirigentes, os gestores e os coordenadores de projetos sociais, os funcionários envolvidos em projetos corporativos, bem como os membros das comunidades-alvo das ações sociais da organização.

No tocante ao referencial teórico estudado, abordamos o tema solidariedade sob diferentes enfoques, quais sejam: o sociológico, o jurídico, o religioso, o lingüístico e o científico. Em seguida, analisamos a visão da Administração sobre a filantropia organizacional, a cidadania empresarial, o marketing social e a responsabilidade social corporativa. No que diz respeito a este último conceito, deter-nos-emos na visão dada pela área de pesquisa classificada como “Business

---

<sup>4</sup> FISCHER, R. M. *O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor*. São Paulo: Gente, 2002.

and Society”. Focalizaremos sobretudo os estudos acerca do chamado paradigma da dádiva, utilizando-nos para isso da obra de Marcel Mauss e dos acadêmicos contemporâneos que estudam o tema, aplicando-o à sociedade moderna.

#### **1.2.4 RELEVÂNCIA DO ESTUDO**

Muito tem se debatido, no meio acadêmico e na sociedade em geral, sobre responsabilidade social corporativa. O Brasil atravessa um momento particular, no qual a questão da inclusão social está sendo discutida por todos os atores sociais.

As empresas têm ocupado papel de destaque nesse cenário, tendo a sua atuação social divulgada pelos meios de comunicação e valorizada pela sociedade, entretanto observamos que existe, ainda, uma carência de embasamento teórico que estude em profundidade o tema.

Nesse contexto, o estudo acerca do que é solidariedade, o que é dádiva e como se dá a relação entre tais concepções e a responsabilidade social corporativa, faz-se pertinente.

Com o presente trabalho, pretendemos enriquecer a pesquisa em Administração na área de responsabilidade social corporativa, no âmbito nacional. Visamos também a estimular a visão multi-disciplinar na realização de estudos no campo da Administração. Tanto para as empresas, quanto para os demais atores envolvidos nos projetos, a visão multidisciplinar pode trazer novos aportes de significado que os ajudem a repensar a sua lógica de atuação. Para a pesquisa em Administração, isso pode representar todo um universo de novas possibilidades de foco para se abordar o tema.

#### **1.2.5 ESTRUTURA DO TRABALHO**

No capítulo introdutório, fizemos uma revisão dos conceitos de Responsabilidade Social Corporativa, Solidariedade e Dádiva (Capítulo 2), para

constituirmos o arcabouço teórico que nos possibilitou estudar o caso da Petrobras S.A. (Capítulo 4). O Capítulo 3 destaca a metodologia utilizada no presente trabalho. O Capítulo 5 aborda os resultados das entrevistas realizadas e a análise das mesmas. O Capítulo 6 traz as conclusões sobre o caso apresentado. O Capítulo 7 trata das sugestões para futuras pesquisas. No Capítulo 8, apresentamos a bibliografia consultada. No Capítulo 9, relacionamos os anexos citados no presente trabalho.