

A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: BREVES CONSIDERAÇÕES

Antonio Kamisnk Alves¹

ALVES, A. K. A responsabilidade social empresarial: breves considerações. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 9, n. 1 e 2, p. 251-269, jan./dez. 2008.

RESUMO: O investimento que as empresas vêm fazendo em projetos sociais têm crescido de forma acelerada no Brasil nos últimos anos. Estudo feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - (IPEA) no Sul, Sudeste e Nordeste registra que 59% das empresas pesquisadas nessas regiões fazem algum tipo de investimento social junto à comunidade. Na leitura dos dados estatísticos é importante compreender que assim como as mercadorias, o fluxo de capitais e as regras de comércio em geral, a responsabilidade social, que representa uma cultura de gestão baseada na ética, na transparência e na solidariedade, também é fruto das políticas de globalização que imperam no contexto da sociedade contemporânea.

PALAVRAS-CHAVE: Projetos sociais. Globalização. Contexto brasileiro.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: BRIEF CONSIDERATIONS

ABSTRACT: The investment in social projects by Brazilian corporations have grown at a fast pace in the last years. A study carried out by the Institute of Applied Economic Research (IPEA) reveals that 59% of the companies investigated in the South, Southeast and Northeast regions make some kind of social investment in their communities. In the analysis of the statistical data, it is important to understand that, like the goods, the capital flow and the rules of commerce in general, the social responsibility, which represents a management culture based on ethics, transparency and solidarity, is the result of the globalization policies that are predominant in the context of the contemporary society.

KEYWORDS: Social projects. Globalization. Brazilian context.

¹Bacharel em Administração pela (FVJ-CE) pós graduado em Metodologia e Docência para o Ensino Superior (FVJ) MBA Executivo em Administração de Empresas (FGV-RJ) Mestrando no Programa Desenvolvimento Regional e Agronegócio.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA BREVE DISCUSIÓN

RESUMEN: La inversión que las empresas han hecho en proyectos sociales ha crecido de forma acelerada en Brasil, en los últimos años. Investigaciones hechas por el Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada-(IPEA) en el Sur, Sudeste y Nordeste registra que 59% de las empresas pesquisadas en esas regiones hacen algún tipo de inversión social junto a la comunidad. En la lectura de los datos estadísticos es importante comprender que así como las mercancías, el flujo de capitales y las reglas del comercio en general, la responsabilidad social, que representa una cultura de gestión basada en la ética, en la transparencia y en la solidaridad, también es fruto de las políticas de globalización que imperan en el contexto de la sociedad contemporánea.

PALABRAS CLAVE: Proyectos sociales. Globalización. Contexto brasileño.

1 INTRODUÇÃO

Sabe-se que as empresas formam o segmento mais poderoso da sociedade e lideram o processo de globalização, e que os rumos econômicos, sociais e ambientais do planeta dependem, em grande medida, das suas decisões, de forma que se deve refletir sobre o impacto destas decisões na sociedade contemporânea.

O presente artigo tem como proposta refletir sobre o investimento que as empresas brasileiras vêm fazendo em projetos sociais, dado a importância do tema no atual contexto das políticas públicas sobre o desenvolvimento sócio-econômico do país. Esta reflexão organiza-se a partir de um levantamento bibliográfico sobre o tema proposto, partindo da origem e evoluções do conceito de Responsabilidade Social observando-se como o assunto é tratado no contexto mundial, para, então, verificar esse movimento no cenário brasileiro. Dado ao conteúdo do tema abordado, é necessário refletir sobre a ideia de filantropia e responsabilidade social, sem a pretensão de esgotar tal reflexão, dado a sua complexidade.

Nesta perspectiva, parte-se de um levantamento de material junto Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA no sul, sudeste e nordeste. Este órgão registra que 59% das empresas pesquisadas nessas regiões fazem algum tipo de investimento social junto à comunidade. Na leitura dos dados estatísticos é importante compreender que assim como as mercadorias, o fluxo de capitais e as regras de comércio em geral, a responsabilidade social, que representa uma cultura de gestão baseada na ética, na transparência e na solidariedade, também é fruto das políticas de globalização que imperam no atual contexto social.

A Organização das Nações Unidas - ONU lançou, em 2007, um relatório² sobre o modelo de globalização até agora adotado. Os resultados são pessimistas, pois o fluxo financeiro e as transações comerciais entre países cresceram, assim como a distância entre ricos e pobres.

É preciso compreender que o modelo de globalização adotado, mais do que dinheiro, concentra poder nas mãos de poucas corporações, cujo faturamento, muitas vezes, ultrapassa o PIB de vários países.

Será possível um modelo de globalização que promova a universalização dos direitos humanos e da democracia, do desenvolvimento sustentável, da diminuição da fome, da miséria e das injustiças sociais, com as empresas desempenhando um papel decisivo no processo, por meio da gestão socialmente responsável?

Acredita-se que a formação de conselhos nacionais e internacionais, principalmente, envolvendo países que sofreram processo de colonização semelhante ao Brasil, pode contribuir para que os princípios éticos e os valores da solidariedade e da transparência sejam universalizados como metas de boa parte das empresas.

Conforme Ashley (2003), o discurso tradicional junto aos empresários quanto ao seu papel na responsabilidade social em geral, e quanto aos objetivos do milênio em especial, enfatiza duas vantagens comparativas que a iniciativa privada tem frente aos demais atores sociais: a disponibilidade de recursos financeiros e o *know-how* dos gestores, que se traduz em conhecimento especializado e capacidade de gestão.

Na prática, os empresários acabam sendo frequentemente procurados por ONGs apenas para viabilizar o acesso aos recursos financeiros para ações de responsabilidade social. Fala-se muito em parceria, mas geralmente não se espera e não se pratica um verdadeiro envolvimento do empresariado, que acaba delegando as ações sociais aos profissionais de recursos humanos ou de marketing na empresa (ASHLEY, 2003, p. 22).

Decorre, portanto, freqüentes limitações na relação com projetos sociais. Por exemplo, quando empresas não realizam um acompanhamento do impacto no sentido qualitativo das ações, dos processos de mudança desencadeados e que dificilmente podem ser fotografados, mas privilegiam um enfoque quantitativo de avaliação.

De acordo com Torres, Bezerra e Hernandes (2004), as empresas que são verdadeiramente responsáveis e prestam contas respeitam o direito das pes-

²Disponível em: < <http://www.pnud.org.br/odm/index.php?lay=odmi&id=odmi> > Acesso em: 02 set. 2007.

soas em saber as consequências éticas, sociais e ecológicas de suas atividades, produtos e serviços. Portanto, a transparência e o acesso à informação são aspectos indispensáveis à responsabilidade social empresarial. Ainda na acepção destes autores, as empresas não se comportam de modo responsável pelo simples fato de dizer que aceitam estes valores. Vários dos principais promotores da responsabilidade social empresarial combinam seu entusiasmo verbal com práticas empresariais irresponsáveis.

Segundo Amigos da Terra³, isso revela que não demonstram nenhuma responsabilidade social empresarial. A responsabilidade social empresarial não pode ser simplesmente um meio para que as empresas obtenham uma vantagem competitiva sobre outras. Mostrar uma imagem “verde” ou social, e não atuar em conformidade, se denomina *greenwash* (lavagem verde) e não responsabilidade social empresarial. Esta também implica em que uma companhia arque com as consequências de sua má conduta, como limpar a contaminação que tenha causado ou indenizar as vítimas por danos que tenha causado sua ação irresponsável.

As iniciativas voluntárias podem complementar, mas nunca substituir estes elementos indispensáveis. As práticas das empresas socialmente responsáveis refletem o compromisso em negociar de forma que preservem ou aumentem, em lugar de danificar, as comunidades próximas, os funcionários, o meio ambiente e a conduta econômica justa.

Contudo, não basta o compromisso; este deve estar acompanhado de alguns mecanismos claros e concretos que incluam acompanhamento e verificação independentes.

Um país mais justo, assentado numa economia sustentável, depende do comportamento socialmente responsável das empresas e também da participação dos cidadãos de todos os países.

Felizmente, observa-se o crescimento do tema ação social e sua importância para as empresas no país. Os trabalhos desenvolvidos nessa área direcionam-se para a necessidade de contribuir com instituições não-governamentais dirigidas às atividades na área social ou de promover iniciativas próprias no campo da saúde, educação, meio ambiente, apoio comunitário e outros setores sociais.

³Amigos da Terra - Amazônia Brasileira existe no Brasil desde 1989 e atua na promoção do uso sustentável dos produtos florestais, na prevenção do fogo, no atendimento a comunidades isoladas e na formulação e acompanhamento de políticas públicas. A entidade faz parte de Amigos da Terra Internacional, rede de entidades ambientalistas, sem fins lucrativos, reconhecida pelas Nações Unidas desde 1971, com atuação em 68 países. Disponível em: <http://www.amigosdaterra.org.br/> Acesso em: 12 set. 2007.

2 A ORIGEM E EVOLUÇÕES DO CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Em pesquisas realizadas por Sergio Martins Pinto (2005), o autor considera que seja possível que, na história da sociedade industrial, a mais antiga manifestação de cumprimento da responsabilidade social empresarial seja expressa pelos direitos dos trabalhadores assegurados pela legislação trabalhista e seguridade social.

Nesta mesma perspectiva, Friedrich (2005) lembra que a história de conquistas dos trabalhadores foi sendo construída ao longo do tempo, e que é preciso compreender que cada país, de acordo com a sua história de luta política das organizações trabalhistas vai marcando terreno na conquista de seus direitos.

Esse memo autor afirma:

Entretanto, observando-se a evolução das relações orgânicas entre Estado, sociedade civil e setor produtivo privado notam-se gradativas e constantes alterações em suas formas e no papel de cada um ao longo do tempo. Mobilizações dos mais diversos tipos, formas e objetivos desenvolvem-se cada vez mais, com diversos graus de intensidade, em várias partes do mundo (FRIEDRICH, 2005, p. 08).

Na mesma proporção manifesta-se também a apatia, a indiferença e até mesmo o desprezo por questões de interesse coletivo em áreas relacionadas ao campo social, econômico e ambiental, por exemplo, seja pelas oportunidades privilegiadas de desfrute econômico e político para alguns, seja por falta de forças e poder de influência para promover sua própria sobrevivência. Tais comportamentos provocam grandes distâncias entre ilhas de prosperidade e grandes bolsões de miséria, situação esta que já colocou um quarto da humanidade a condições de miséria absoluta (UNDP, 2000).⁴

Observa-se que o Estado em dificuldades já não consegue atender às demandas da sociedade, notadamente àquelas dos segmentos mais carentes que, proporcionalmente, concentram seus maiores contingentes nos países mais pobres, reduzindo-lhes crescentemente a possibilidade de superar a discriminação de toda ordem e o resgate de seus direitos econômicos, sociais, políticos e até de sobrevivência. Movida pelas necessidades, decorrentes da carência, a sociedade procura construir sua autonomia e identidade fora da tutela do Estado.

⁴UNDP - United Nations Development Program, pesquisa que mostra em cada país, de ano a ano, qual foi o avanço social. Disponível em: <<http://www.economia.ufpr.br/publica/textos/2005/Cas-sio%20Rolim.pdf>> Acesso em: 12 set. 2007.

Friedrich (2005) assinala que num processo de reivindicação e expressão de luta, a sociedade busca uma nova maneira de enfrentar o Estado e de agir coletivamente, manifestando suas aspirações e necessidades. Nasce, então, novos atores sociais e políticos, que não só lutam por políticas públicas que os atendam, mas, principalmente, pelo reconhecimento como sujeitos legítimos na construção e efetivação de direitos e de uma cultura política de respeito às liberdades, à igualdade social, à justiça econômica e à transparência das ações do poder público. Esse autor aborda ainda sobre o surgimento, nos anos 1970/1980, em vários países da Europa e América Latina, de uma sociedade civil organizada por uma rede de associações, movimentos, grupos e instituições que, articulada com setores liberais e lideranças empresariais, participa ativamente do processo de redemocratização desses países.

Nesta visão histórica, Teixeira (2001) registra que, neste espaço, entram dois atores fundamentais, as ONGs - Organizações Não-Governamentais e a Igreja Católica, capazes de mobilizações em torno de questões pontuais e de grande importância social. As ONGs têm organizado suas atuações com focos em áreas específicas, tais como a social, a do meio ambiente, a educacional e a de promoção da iniciativa de empreendedores de pequenos negócios. A Igreja Católica mantém-se posicionada com seu discurso em torno das questões ligadas aos valores éticos, morais e de justiça social. Nos países pobres, como no Brasil, é defensora das causas sociais, a exemplo do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, amplamente apoiado pela Pastoral da Terra⁵.

Portanto, parece bastante certo que vários fatores têm forçado as empresas a assumirem responsabilidades, até recentemente tidas como de exclusiva competência do Estado, com um modelo de desenvolvimento sustentável, que vai muito além do desempenho econômico-financeiro do negócio.

Didaticamente, pode-se organizar esses fatores em três grandes variáveis. Primeiro, a crise social aumenta a pressão por soluções para os problemas do crescente contingente de empobrecidos em todo o mundo, fazendo nascer, em todos os lugares, mobilizações sociais: algumas localizadas sob a forma de ações comunitárias; outras de dimensões globais como movimentos em defesa dos recursos naturais, movimentos em defesa da igualdade econômica e social, por exemplo, o Fórum Social Mundial⁶, realizado em 2001, 2002, 2003 e 2005 na cidade de Porto Alegre e, em 2004, na Índia. Segundo, a incapacidade do Estado de atender às crescentes demandas de contingentes sociais crescentemente numerosos. Parece que o avanço do contingente populacional impõe demandas desproporcionalmente superiores à capacidade do Estado em atendê-las. Terceiro, o

⁵Disponível em: <<http://www.cptnac.com.br/>> Acesso em: 12 out. 2007.

⁶Para maiores informações pode-se acessar <<http://www.forumsocialmundial.org.br/index.php>> Acesso em: 12 set. 2007.

excesso de oferta generalizada e a crescente concentração dos meios de produção em todos os segmentos de negócios, colocando em cheque a criatividade e os modelos de gestão empresarial. A todo o momento, a sobrevivência das empresas é desafiada. A redução de custos tem exaurido e destruído organizações inteiras, sem distinção de tamanho e de áreas de atividade.

Autores que têm estudado sobre ética e responsabilidade social empresarial, a partir de uma visão econômica clássica, a exemplo de Friedman (1977, p. 45) assinalam que “a empresa socialmente responsável é aquela que responde às expectativas de seus acionistas”. Tal definição atenta, portanto, para expectativas de seus interessados atuais e futuros, na visão mais conservadora de responsabilidade social, limitada à defesa dos interesses apenas dos agentes financiadores diretos da atividade empresarial.

O autor lembra que as mudanças de significado de responsabilidade social e empresarial em um contínuo, que se iniciam com mudanças conservadoras e finalizam com mudanças radicais, estão diretamente relacionadas ao grau de amplitude de inclusão e de consideração quanto às suas relações com seus públicos. Neste sentido, pode-se observar que a tendência histórica de ética e responsabilidade social empresarial coloca-se diante da seguinte questão: empresa responsável para quem?

Na descrição de Friedman (1977), nos anos de 1970, preponderava a visão clássica da estrita preocupação com o retorno sobre o capital empregado do acionista. Na década seguinte, houve uma ampliação dessa visão contemplando retornos além dos dividendos do acionista, dividendos à comunidade e aos empregados, em suas diversas formas e ações.

De 1990 até o presente, essa visão continuou ampliando-se e as empresas passaram a buscar o caminho do chamado desenvolvimento sustentável, mais efetivamente, retribuindo à natureza, aos governos, aos fornecedores, aos consumidores e à sociedade uma parcela dos seus lucros.

O princípio da responsabilidade social se baseia na premissa de que as organizações são instituições sociais porque foram socialmente legitimadas. Assim sendo, as empresas são depositárias dos recursos sociais e afetam a qualidade de vida da sociedade; têm, por isso mesmo, a obrigação de agir segundo os interesses da sociedade, devendo prestar contas de suas ações a ela.

3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO CONTEXTO MUNDIAL

A ideia de responsabilidade social, embora não seja nova, ganhou notoriedade quando a deterioração dos ecossistemas, provocada pela poluição, estimulou o debate sobre os benefícios e malefícios da sociedade industrial.

Parece claro que as consequências indesejáveis da industrialização agu-

çaram a consciência ecológica de certos segmentos sociais e motivaram o surgimento de grupos de ativistas, que se propuseram a combater o comportamento ecologicamente irresponsável das empresas.

De acordo com Hirschman (1979), a afirmação clássica de responsabilidade social corporativa data de 1899 e foi criada por Andrew Carnegie, filantropo americano, abordada em seu livro *O Evangelho da Riqueza*, baseado em dois princípios: a) da caridade, que consistia em que os membros ricos da sociedade eram obrigados a ajudar os menos afortunados; b) da custódia, princípio que estabelecia que os ricos eram guardiões da riqueza e da propriedade pública. Esta filosofia permeou a preocupação com a responsabilidade social das empresas entre as décadas de 1930 e 1960.

No entanto, este conceito apresentado por Carnegie foi muito criticado, no sentido de que a noção de responsabilidade social permitia que os executivos escolhessem as obrigações sociais de suas empresas de acordo com suas próprias ideias, a tal ponto que este conceito foi substituído pelo da reatividade social da empresa.

Reatividade social, segundo Stoner e Freeman (1985, p. 72) é “uma teoria da responsabilidade social que se concentra no modelo como as empresas respondem às questões, ao invés de tentar determinar sua responsabilidade social final”.

Na década de 1960, a preocupação com a crise ética passou a agregar outro fator à responsabilidade social: a ética nos negócios. Passou-se, então, a estudar e avaliar como as decisões de negócios afetavam a sociedade, os *stakeholders*, ou seja, empregados, fornecedores, consumidores e acionistas, as políticas internas e as pessoas. Isto contribuiu para o debate sobre ética nos negócios apresentando a interação entre os indivíduos e a comunidade.

É importante frisar que nas décadas de 1950 e 1960, os princípios da caridade e da custódia eram amplamente aceitos nas empresas americanas, à medida que as companhias passaram a admitir que “o poder traz responsabilidade”. Até mesmo companhias que não subscreviam esses princípios percebiam que, se não aceitassem as responsabilidades sociais por sua livre vontade, seriam forçadas a aceitá-las por imposição do governo.

Bowen em 1953 formulou um conceito de responsabilidade social que inspirou várias ideias novas sobre o tema. Bowen insistiu que os administradores de empresas tinham o dever moral de implementar as políticas, tomar as decisões ou seguir as linhas de ação que sejam desejáveis em torno dos objetivos e dos valores da sociedade, conforme (KIRSCHNER, 1998).

Este conceito, que via as empresas como reflexo dos objetivos e valores sociais estava em contraposição com os princípios da caridade e da custódia, que eram especialmente atraentes para os que tinham um interesse oculto em preser-

var o sistema de livre iniciativa com garantia de liberdade em relação a outras formas de pressão social.

Kirschner (1998) lembra que a realização de ações de caráter social não é uma prática tão recente no meio empresarial. Entretanto, foi durante o período que se estendeu do final dos anos 1960 ao início da década de 1970, tanto nos Estados Unidos da América (EUA), quanto em parte da Europa, que uma atuação mais voltada para o social ganhou destaque, basicamente como resposta às novas reivindicações de alguns setores da sociedade que levaram para o universo das empresas diversas demandas por transformação na atuação corporativa tradicional, ou seja, aquela voltada estritamente para o econômico.

Essa maior atenção em relação ao comportamento das empresas privadas - tanto comerciais quanto industriais - surgiu no contexto das reivindicações pela ampliação da participação, como, por exemplo, durante o fortalecimento, no período citado, do movimento sindical e estudantil europeu, nas lutas pelos direitos civis norte-americanos e nas manifestações contra as armas químicas utilizadas na Guerra do Vietnã. Certas denúncias e o boicote às empresas envolvidas de alguma forma com aquele devastador conflito bélico na Ásia foram determinantes para o início de uma mudança na prática e na cultura empresarial nos EUA e em outros países do globo.

Dessa forma, pode-se dizer que uma preocupação com a característica que reveste a atividade empresarial aparece, de forma inicial e com suas múltiplas conotações, a partir do final dos anos 60 nos EUA e em parte da Europa.

Outro fator determinante para o entendimento e a localização de todo esse processo de entrada das empresas no universo das ações de caráter social efetivo foi a crise do *Welfare State*⁷ situada na metade da década de 1970.

A partir desses acontecimentos, a intervenção dos agentes privados passou a ser vista de outra maneira:

A crise econômica e o crescimento do desemprego que atingiram a Europa na década de 80 contribuíram para que a empresa começasse a ser valorizada pela sua capacidade de salvaguardar o emprego - valor essencial da socialização na sociedade contemporânea. O papel da empresa vai além do econômico: ademais de provedora de emprego, é também agente de estabilização social (KIRSCHNER, 1998, p. 21).

⁷*Welfare State* ou Estado de bem estar social pode ser entendido como o conjunto de práticas e instituições compensatórias desenvolvidas a partir da Segunda Guerra Mundial, tendo o Estado como agente principal na garantia da universalidade de direitos, bens e serviços. Na década de 80, com o crescimento do desemprego e a crise econômica, este modelo de Estado assistencial mostra sua incapacidade de proporcionar as garantias sociais compensatórias, necessárias para se contrapor aos malefícios causados pelo mercado capitalista (GOMES, 1998, p 22).

A partir deste contexto, as décadas de 1970 e 1980 chegaram com a preocupação de como e quando a empresa deveria responder sobre suas obrigações sociais. Nessas décadas, a ética empresarial começou a desenvolver-se e consolidou-se como campo de estudo. Filósofos entraram em cena, aplicando teoria ética e análise filosófica, com o objetivo de estruturar a disciplina ética empresarial.

A doutrina se difundiu pelos países europeus, tanto nos meios empresariais quanto nos acadêmicos. Na Alemanha percebeu-se o rápido desenvolvimento do tema, com cerca de 200 das maiores empresas desse país, integrando os balanços financeiros aos objetivos sociais. Porém, a França é quem deu o passo oficial na formalização do assunto. Foi o primeiro país a obrigar as empresas a fazerem balanços periódicos de seu desempenho social no tocante à mão-de-obra e às condições de trabalho.

Com uma maior participação de autores na questão da responsabilidade social, o final da década de 1990 apresenta a discussão sobre as questões éticas e morais nas empresas, o que contribui de modo significativo para a definição do papel das empresas.

Em julho de 2001, a Comissão das Comunidades Europeias, reunida na cidade de Bruxelas, na Bélgica, apresentou à comunidade internacional o chamado Livro Verde sobre responsabilidade social com o título “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas.”⁸ Esta publicação tem por objetivo lançar um amplo debate quanto às formas de promoção, pela União Européia, da responsabilidade social das empresas tanto ao nível europeu como internacional.

Conforme defendem Kreitlon e Quintella (2001), as novas exigências para a manutenção da competitividade das empresas têm trazido implicações de cunho mais amplo e sistêmico, de forma que as oportunidades de negócio oferecidas pelas atuais condições econômicas geram consigo, uma forte demanda por um novo contrato social global.

Segundo Ashley (2003), historicamente, as empresas nunca tiveram uma participação social de grandes proporções, ficando restritas ao seu papel de agente econômico. No entanto, as suas atitudes e suas práticas eram, muitas vezes, marcadas por ações que podiam ser tachadas de caráter antiético e abusivo, promovendo a criação de inúmeros grupos de pressão contra tais corporações.

Essas atitudes e práticas representavam meios predatórios de se conseguir produzir mais com menos custos, causando danos absurdos à sociedade e ao meio ambiente. Parece claro que o cenário não se alterou significativamente nos

⁸EUROPEAN COMMISSION. *Promoting a European framework for corporate social responsibility: Green Paper*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001.

primórdios do novo milênio, mas ser socialmente responsável passa a significar uma condição imprescindível na agenda das empresas do século XXI.

4 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO CENÁRIO BRASILEIRO

Devido às pressões que nasceram de todos esses movimentos, muitos países, dentre eles o Brasil, estabeleceram legislações severas sobre questões relacionadas à responsabilidade social empresarial. De acordo com Duarte (1986), a existência de uma legislação é um dos principais fatores que as empresas devem levar em consideração ao tomarem decisões que envolvam questões de ordem ética.

No Brasil, as repercussões a cerca da responsabilidade social começam a ser sentidas a partir da “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”⁹, publicada em 1965 pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil), que, já nessa época, utilizava o termo responsabilidade social das empresas.

Porém, é necessário lembrar que a conjuntura nacional daquele período não era propícia para ideias de transformação e mudança. A ideia de responsabilidade social nas empresas, que já motivava algumas discussões desde os anos de 1960, também vai sofrer com a falta de liberdade e as restrições impostas pela ditadura militar pós-1964. Entre o final dos anos de 1970 e o início dos anos de 1980, com a crise do modelo de desenvolvimento baseado na ação e na proteção estatais, o próprio papel das empresas e a postura dos empresários ante o mercado e a sociedade entraram em processo de redefinição e reestruturação.

Dessa forma, pode-se compreender o quanto a prática e o discurso da ação social por parte das empresas estão relacionados, ao mesmo tempo, com a reestruturação do Estado, com uma renovação do empresariado nacional no Brasil e com o processo de substituição das ações compensatórias. Já no contexto dos EUA e da Europa, relaciona-se à crise do Estado de Bem-Estar Social, o *Welfare State* assistencial, que buscava garantir integralmente o bem-estar de todos os cidadãos, conforme já verificado neste trabalho.

Cabe aqui um destaque sobre o primeiro tipo de relatório que aborda aspectos sociais e de recursos humanos e que se tornou obrigatório para todas as empresas que atuam no Brasil. Na década de 70, durante a ditadura militar, foi criada pelo Decreto Lei nº 76.900, de 1975, a Relação Anual de Informações Sociais (Rais): um relatório obrigatório para todas as empresas e que dava - e dá ainda hoje - conta das informações sociais relacionadas aos trabalhadores

⁹Divulgada pela ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES CRISTÃOS DE EMPRESAS DO BRASIL - ADCE BRASIL no ano de 1965. (OLIVEIRA, 2005, 26).

nas empresas. Compulsório para todos os empregadores, independentemente do número de empregados, refere-se a uma série de informações laborais específicas e consolida números que se encontram também em outros documentos da empresa. Apesar de mais antigo que o obrigatório, conforme Freire (1999).

A situação sociopolítica e econômica entrou em processo de mudança a partir do final dos anos de 1970 no Brasil, durante o período da Abertura Política, que se consolidou durante os anos de 1980, no período da chamada redemocratização. Esse período marca também a falência do modelo intervencionista de caráter estatal.

Nesse período, os sindicatos fortaleceram-se, e diversas organizações da sociedade consolidaram-se, aumentando o poder de pressão em relação a diversas instituições, incluindo-se as empresas.

É importante lembrar que a sociedade brasileira passou por profícuos períodos de participação, organização e atuação efetiva - das greves do ABC paulista à promulgação da Carta de 1988: abertura, diretas já, redemocratização e o movimento constituinte. Também merecem destaque as lutas relacionadas às questões étnicas e raciais, as conquistas feministas, os embates dos ambientalistas durante toda a década de 1980 e as cobranças pelo cumprimento dos avanços da nova Constituição.

Pressionados interna e externamente, transformavam-se também empresários e empresas. No entanto, cabe ressaltar que o novo e principal fator desse período, que acabou influenciando e transformando também o discurso e a ação de parte do setor empresarial, foi o crescimento da participação do povo.

Conforme Aguilar (1996), nesse contexto, devemos buscar entender a importância e o papel das Organizações da Sociedade Civil (OSCs) na construção, difusão e consolidação de todo um discurso ético, de responsabilidade social e ambiental. Ou seja, uma moral e uma prática relativas ao social que, em determinado momento, se torna bastante ampla e passa a influenciar a sociedade como um todo, incluindo-se os empresários e suas corporações. Assim, pode-se destacar o papel estratégico das ONGs e das OSCs como atores no processo de construção e reprodução da chamada responsabilidade social corporativa a partir da metade dos anos de 1980.

Na acepção de Ashley (2003), a discussão em torno da atuação social das empresas e da construção de uma ética empresarial acabou tendo consequências concretas: muitas empresas começaram a investir em áreas sociais, tradicionalmente ocupadas somente pelo Estado. Na tentativa de adaptar-se aos novos tempos, cambiaram também algumas formas tradicionais de se relacionar com funcionários e fornecedores, iniciando, ao mesmo tempo, mudanças na atuação em relação ao meio ambiente e às comunidades mais próximas.

Contudo, foi somente a partir do final dos anos de 1980 que uma peque-

na parcela de empresas que atuam no Brasil passou a intensificar e a institucionalizar o discurso em relação às questões sociais e ambientais, realizando também, em escalas diversas, ações sociais concretas.

Por outro lado, o período que vai do final dos anos de 1980 até o fim dos anos de 1990 tornou-se palco do nascimento e da consolidação de importantes fundações, institutos e organizações da sociedade civil ligados ao meio empresarial e tendo como foco a questão da ética, em particular o chamado comportamento empresarial ético e responsável, conforme Aguilar (1996).

Durante os anos 1990, algumas empresas passaram a divulgar periodicamente - nos chamados relatórios ou balanços sociais anuais - as ações concretas realizadas em relação à comunidade a sua volta, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários. Primeiramente, sob a forma de documentos internos e, num segundo momento, pelos meios de comunicação e da divulgação da própria publicidade corporativa.

Dessa forma, a década de 1990 destaca-se como o período do surgimento e do crescimento de diversas instituições, que se formalizam para atuar de maneira relativamente orgânica e institucionalizada no âmbito da chamada responsabilidade social corporativa.

Essa nova atitude de tornar-se “socialmente responsável” também começava de diversas maneiras, a ser praticada pelas próprias empresas. O duplo movimento - de organizações e fundações, por um lado, e de empresas, por outro - intensificou-se a partir de 1993, sob influência da Ação da Cidadania contra a Fome e a Miséria¹⁰, que promoveu a aproximação de diversas organizações e empresários com este relevante aspecto da questão social brasileira: a fome.

Conforme Azambuja (2001) foi nesse ambiente de mudança de mentalidade, a partir de reuniões realizadas em São Paulo ao final dos anos de 1980, que uma parcela do empresariado paulista, preocupada mais intensamente com a inserção de suas empresas no universo das ações sociais - ainda que com um enfoque mais filantrópico -, criou o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas - GIFE¹¹. Fundado em 1989, somente em 25 de junho de 1995 o GIFE se formalizou como uma associação e instituiu-se como pessoa jurídica.

Em 1999, ou seja, dez anos depois do seu nascimento, já contava com oitenta organizações, sendo considerado, durante toda a década de 1990, uma das instituições de maior destaque e atuação em relação às questões ligadas à responsabilidade social das empresas no Brasil.

Deve-se ressaltar aqui a importância do GIFE para o desenvolvimento das ações sociais realizadas no âmbito empresarial brasileiro, cabendo também

¹⁰Para maiores informações buscar histórico sobre o programa, disponível em: <<http://www.setp.pr.gov.br/setp/conselhos/consea/>> Acesso em: 12 out. 2007.

¹¹Disponível em: <<http://www.gife.org.br/>> Acesso em: 12 out. 2007.

igual destaque aos eventos relacionados ao Prêmio Eco, criado em 1983 e consolidado a partir de 1986, desenvolvido pela Câmara Americana de Comércio, em São Paulo (AmCham/SP).

Diversas organizações estiveram e estão diretamente ligadas à história da ação social no mundo empresarial, a exemplo da Fundação Instituto de Desenvolvimento Econômico e Social (Fundação FIDES, que na década de 1980 possuía o nome de Instituto de Desenvolvimento Empresarial – IDE); a Fundação ABRINQ pelos Direitos da Criança (criada e mantida pela Associação Brasileira das Indústrias de Brinquedos, ABRINQ); o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (e a luta contra a Aids, no início dos anos de 1990; a campanha da Ação da Cidadania, em 1993/1994 e 1995, e depois o projeto Balanço Social das Empresas, a partir de 1997); o Instituto *Ethos* de Responsabilidade Social, criado pelo empresário Oded Grajew em junho de 1998, entre outras.

Dessa forma, pode-se afirmar que foi a partir do início dos anos de 1990 que algumas empresas passaram a desenvolver ações sociais concretas, sistemáticas e como uma estratégia empresarial. Investindo e atuando de maneira cada vez mais intensa nesse novo campo, a operacionalização dessas ações foi muitas vezes, institucionalizada e colocada a cargo de profissionais.

Assim, pode-se inferir que todo esse processo se deu por uma conjunção de interesses pessoais de alguns empresários; cobrança por parte da sociedade organizada; disputas de poder; e da necessidade do meio empresarial de adaptar-se às transformações nacionais e globais.

Nesse sentido os anos de 1990 aparecem como palco da disputa por novos modelos de desenvolvimento, retirada do Estado de setores tradicionais de atuação, reafirmação dos valores liberais e de mercado, novas práticas corporativas e uma nascente e crescente renovação do pensamento empresarial no Brasil.

Se essas preocupações e atuações corporativas no âmbito social tornaram-se uma questão econômico-financeira, relacionada à sobrevivência empresarial e ligada a uma nova visão estratégica de longo prazo, não podemos esquecer o lado ético e humano que essas práticas de responsabilidade social envolvem ou, potencialmente, ajudam a desenvolver (AZAMBUJA, 2001, p. 42).

Portanto, não é sem motivo que ocorre nesse período um grande fortalecimento e difusão, tanto no meio empresarial quanto no meio acadêmico e de algumas organizações da sociedade, do termo responsabilidade social das empresas e dos seus correlatos: empresa socialmente responsável, ética nas empresas, balanço social das empresas, filantropia empresarial, empresa cidadã, entre outros.

5 DA FILANTROPIA A RESPONSABILIDADE SOCIAL CONCEITO E ÉTICA

De acordo com Landin (1993), oferecer ajuda material ou financeira tem mérito e deve ser estimulado. Porém, existem outros condicionantes mais profundos e consistentes que devem ser mencionados: a) o olhar sobre os funcionários, considerando-os em sua individualidade, respeitando sua dignidade, reconhecendo seus méritos, buscando novas maneiras de ajudá-los para que possam também atender às suas responsabilidades familiares. b) O olhar sobre as comunidades, incentivando e promovendo ações concretas de desenvolvimento de cidadania, como apoio a obras sociais, a preservação do meio ambiente e os recursos naturais, encorajando o desenvolvimento do civismo e a melhoria da saúde e da educação.

A responsabilidade social vai muito além da definição de filantropia. Envolve o conceito de solidariedade no sentido do respeito à dignidade humana e do bem comum. O cuidado com a produção de bens e serviços de qualidade, a preservação do meio ambiente, a ética na relação com os fornecedores, o respeito aos clientes, o pagamento de impostos são elementos que contribuem para a harmonia e o crescimento social.

O segmento empresarial tem significativa importância, dada sua capacidade organizativa, pela detenção do capital produtivo e em função da possibilidade de exercer influência em diversos setores da sociedade.

Neste sentido é interessante propor um avanço no entendimento do que pode ser concebido como responsabilidade social valorizando, para além da doação de recursos financeiros e ações voluntárias, outros potenciais da iniciativa privada como poder de organização e pressão e conhecimento gerencial.

Cherques (2003) assevera que ao se discutir responsabilidade social na empresa deve ficar claro que os seus programas não podem substituir a responsabilidade do Estado no combate à pobreza. É preciso atuar sobre as causas estruturais da pobreza. E como o Brasil está entre as dez maiores potências industriais do globo, isto implica reconhecer a responsabilidade central do Estado brasileiro na erradicação da pobreza.

Parte-se do princípio de que o combate de forma sustentável à fome e à miséria se dá por meio do principal instrumento que a sociedade criou para a democratização da qualidade de vida: o Estado do Bem-Estar Social. Em longo prazo e em larga escala, são as políticas públicas que deverão acabar com a pobreza no País. E esta não é uma argumentação ideológica, ela é pragmática, pois o pagamento de impostos é suficiente para que isto se torne realidade.

Grajew (2005) assinala que não se trata de inibir o investimento social das empresas ou mesmo isentá-las de sua responsabilidade, afinal, elas detêm

conhecimento e riqueza.

Desse modo, a doação feita pelo empresariado possibilita ações pontuais de impacto, projetos inovadores que não seriam possíveis de outra forma, além das clássicas iniciativas complementares ao Estado. A doação pelo empresariado deve continuar, mas devem-se buscar também relações bilaterais entre ONGs e empresas, num tripé que envolva também o Estado.

Entende-se, conforme Oliveira (2005) que é possível um setor público que implemente de fato um dos principais instrumentos de combate à pobreza no País, a Lei Orgânica de Assistência Social (Loas), o empresariado deve começar a utilizar mais a segunda vantagem comparativa da qual dispõe, tais como seus recursos humanos e seu conhecimento.

O empresariado não deveria nem esquecer o Estado, ao se concentrar apenas nas ações de responsabilidade social, nem simplesmente combater o Estado, como ocorreu nos anos de 1990. O engajamento inteligente consiste em ampliar o controle sobre o Estado. Fazê-lo funcionar para que possa ser responsabilizado pelos Objetivos do Milênio¹², pelo cumprimento da Loas¹³ e da Constituição Cidadã.

A responsabilidade social empresarial não se confunde com a ação filantrópica do empresário ou com ações esporádicas de benemerência da empresa. Os compromissos éticos, valores e princípios compartilhados com seus diversos públicos de interesse e a atuação de forma responsável e transparente trazem para a empresa o reconhecimento da sociedade de uma atuação responsável, o qual pode se tornar um diferencial competitivo a ser incorporado à estratégia empresarial.

Num momento de crise, ninguém se satisfaz a não ser que receba orientação e seja educado para começar a reagir contra a crise. O assistencialismo, às vezes, não passa de um momento de lucidez de um empresário, em assinar um cheque e doar para que outra pessoa usufrua daquele benefício. A responsabilidade social vai mais além. A companhia provém o recurso, abraça um projeto, mas antes define com seus colaboradores onde será aplicado e como poderá ser melhorado. (CHERQUES, 2003, p. 41).

Neste sentido, vale lembrar ainda que ser socialmente responsável não é assumir uma postura assistencialista, ou seja, fazer doações em dinheiro ou de bens, porque isso não minimiza as dificuldades de uma pessoa nem de uma comunidade e não resolve os problemas sociais do país.

¹²Para maiores informações acessar o endereço <http://www.pnud.org.br/odm/odm_vermelho.php>

¹³Para maiores informações acessar o endereço <<http://www2.camara.gov.br/comissoes/cssf/not1.html>>

Todavia, a responsabilidade social é de todos. Para a construção de uma sociedade com mais equidade, para a paz estável que respeite o valor da solidariedade é necessário que cada um se esforce em contribuir e promover o senso de responsabilidade para o bem comum. Mas, para chegar a isto, é necessário não perder jamais de vista o ser humano que deve ser colocado no centro de qualquer projeto social.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática da responsabilidade social no Brasil é resultado de ações de poucas empresas que passaram a desenvolver trabalhos sociais concretos, sistemáticos e como uma estratégia empresarial com o objetivo de garantir a sustentabilidade do negócio. Investindo e atuando de maneira cada vez mais intensa nesse novo campo, a operacionalização dessas ações foi muitas vezes, institucionalizada e colocada a cargo de profissionais.

A partir do levantamento bibliográfico realizado neste artigo considera-se que todo esse processo se deu por uma conjunção de interesses pessoais e de alguns empresários; pela cobrança da sociedade organizada; pela disputa por poder e, principalmente, pela necessidade do meio empresarial de adaptar-se às transformações nacionais e globais. Consta-se que existe atualmente uma consciência de que a responsabilidade social envolve, além da solidariedade no sentido do respeito à dignidade humana e do bem comum, o cuidado com a produção de bens e serviços de qualidade, a preservação do meio ambiente, a ética na relação com os fornecedores, o respeito aos clientes, o pagamento de impostos, enfim tudo aquilo que contribui para a harmonia e o crescimento social.

O setor empresarial brasileiro tem uma significativa importância, dada sua capacidade de organização, seu capital produtivo e pode influenciar os demais setores da sociedade, daí ser importante propor um avanço nas referidas práticas de responsabilidade social, valorizando seus potenciais como poder de organização e conhecimento gerencial.

REFERÊNCIAS

AZAMBUJA, M. de. O Brasil e a cidadania empresarial. **Valor Econômico**, São Paulo, ano 2, n. 244, p. 11, abr. 2001.

AGUILAR, F. J. **A ética nas empresas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ARRUDA, M. C. C. de. A ética nos negócios. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 73-80, jul./set. 1989.

CHERQUES, H. R. T. Responsabilidade moral e identidade empresarial. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 7, p. 31-50, jan. 2003.

DUARTE, G. D.; DIAS, J. M. **Responsabilidade social**: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1986.

EUROPEAN COMMISSION. **Promoting a European framework for corporate social responsibility**: Green Paper. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001.

FICHER, R. M. **O desafio da colaboração**: prática de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor. Rio de Janeiro: Gente, 2002.

FREIRE, F.; MALO, F. **O balanço social no Brasil**: gênese, finalidade e implementação como complemento às demonstrações contábeis. Fortaleza: UFCE, 1999.

FRIEDRICH, C. E. **Origem do conceito de responsabilidade social empresarial**. Disponível em: <http://www2.uerj.br/~labore/cquestoes/questoes_contemp_p14.htm>. Acesso em: 10 out. 2005.

GOMES, J. M. Globalização, estado nação e cidadania. **Contexto Internacional**, v. 20, n.1, 1998.

GRAJEW, O. O que é responsabilidade social? In: SIMPÓSIO NACIONAL DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 1999, Ribeirão Preto. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 25 abr. 2005.

HIRSCHMAN, A. O. **As paixões e os interesses**: argumentos políticos para o capitalismo antes de seu triunfo. Tradução Lucia Campello. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

KIRSCHNER, A. M. A sociologia diante da globalização: possibilidades e perspectivas da sociologia das empresas. **Antropolítica**: revista contemporânea de antropologia e ciência política, Niterói, n. 4, 1. sem. 1998.

KREITLON, M. P.; QUINTELLA, R. H. Estratégias de legitimação de empresas brasileiras nas relações com os stakeholders. In: Anais do Encontro da ANPAD, 25., 2001, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, 2001. p 1-15.

LANDIN, L. **Para além do mercado e do Estado:** filantropia e cidadania no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, 1993.

LIVRO Verde. Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas, 18 jul. 2001. Comissão das Comunidades Europeias. Disponível em: <www.europart.eu.int>. Acesso em: 16 out. 2005.

OLIVEIRA, J. A. P. de. Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. **Revista de Administração de Empresas**, v. 4, n. 1, art. 2, jan./jul. 2005.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985.

TEIXEIRA, N. G. (Org.). **A ética no mundo da empresa**. São Paulo: Pioneira, 2001.

TORRES, C.; BEZERRA, I.; HERNANDES, T. (Org.). **Responsabilidade social de empresas multinacionais diretrizes da OCDE**. Rio de Janeiro: CERIS/IBASE, 2004.