

# AS EMPRESAS EM SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS: a responsabilidade social no Norte e no Sul

*Paola Cappellin\**  
*Raquel Giffoni\*\**

## INTRODUÇÃO

Este artigo recupera a trajetória do lema da Responsabilidade Social, desde a sua introdução, em três contextos sociais diferentes: no Norte (Estados Unidos de América e União Européia) e no Sul (Brasil). O texto realiza uma análise comparativa, com o intuito de ajudar a explicitar as especificidades dos encaminhamentos adotados pelas empresas nessas diferentes sociedades. Também apresenta as iniciativas pioneiras e os recursos programáticos em três realidades sociopolíticas distintas, ao tempo em que procura desfazer a impressão de homogeneidade que, muitas vezes, encobre a diversidade de sentidos e a gama de atribuições e iniciativas no meio empresarial.

Para o filósofo P. Ricoeur (1994), o sentido da responsabilidade das instituições, alimenta uma

relação. Conecta a preocupação de *imputar* (atribuir obrigações e limitações) a quem exerce um poder (econômico, como no caso aqui tratado) com o esforço de *atribuir proteção* a quem é mais fraco. Podemos, assim, interrogar as empresas, averiguando de que forma incluem, em suas responsabilidades, as metas que a sociedade contemporânea lhes atribui, como a produção de riqueza, o desenvolvimento e o emprego.

A literatura internacional, desde os meados dos anos 1970 (Hirschman, 1970; Sainsaulieu; Segrestin, 1986; Touraine, 1992; Castel, 1995) renova a preocupação em identificar a centralidade da empresa no conjunto das modificações sociais. Essa "reabilitação da empresa no sistema social" (Borzeix, 1986, p.4) parece se conectar ao conjunto de alterações internas da própria sociedade, quando a economia e o emprego modificam suas contribuições para o desenvolvimento. Incluir, na perspectiva das responsabilidades, a meta institucional das políticas de emprego supera a tradicional proposta da ciência da administração que, em geral, ao valorizar a autonomia da empresa, preocupa-se com sua performance e rentabilidade

\* Professor-Doutor do Departamento de Sociologia e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro e Pesquisadora CNPq. Largo S. Francisco de Paula, n. 1. Rio de Janeiro - RJ - Brasil. cappellin@uol.com.br

\*\* Aluna do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. giffonipinto@yahoo.com.br

econômica. A empresa, ao ser chamada para “salvaguardar o emprego e, por extensão, para salvaguardar a sociedade” (Castel, 1995, p.518), envolve-se em diferentes processos de regulação, ganha um caráter institucional, é espaço social de ação coletiva, apta a confrontar o discurso gerencial e as reivindicações. É com esse intuito que, para Sainsaulieu e Segrestin (1986), a sociologia da empresa nasce fazendo frente “aos prejuízos tecnocráticos das empresas” (Sainsaulieu; Segrestin, 1986 p.334). Também para o sociólogo Castel (1995, p.518), a estruturação recente do emprego, em suas formas de subcontratações (flexibilidade externa), e o enfrentamento de novas situações de mercado (flexibilidade interna) reabrem a discussão sobre “a função integradora da empresa”, já que essas práticas empresariais aprofundam a seletividade permanente dos trabalhadores. A estruturação do emprego decorre das escolhas de políticas de transformação e inovação tecnológica, aliadas a solicitações contínuas para modificar as exigências de competências e de qualificações.<sup>1</sup>

Apresentamos, mantendo a seqüência histórica, a introdução desse lema, primeiramente nos EUA, no decorrer da década de 1960; em seguida, a proliferação de significados que o tema passa a assumir no Brasil, a partir do final dos anos 1960; e, por fim, as convocatórias na União Européia, a partir de 1995. Nesses diversos contextos, o debate sobre a função social da empresa não emerge de forma homogênea e, menos ainda, ela é assumida publicamente como plataforma única. Acreditamos que esse confronto internacional possa aumentar e inovar as interrogações sobre os sentidos de responsabilidade das ações sociais das empresas no Brasil.

## DEMANDAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL ÀS CORPORAÇÕES: EUA nos anos 1960

A dinâmica que levou, nos EUA, algumas grandes corporações a abandonarem seu isolamen-

to do contexto social e ajustarem suas metas e estratégias econômicas é reconhecida como questão nos anos 1960. Com efeito, diversos movimentos sociais, dentro e fora do campo empresarial, contestaram a autonomia das corporações, gerando uma crise em relação à sua independência e seu autogoverno.

Nos EUA, durante as décadas de 1920 e 1930, o debate sobre o papel da corporação já dividia opiniões. É importante ter em mente que, nesse período, as duzentas maiores empresas, nos EUA, controlavam aproximadamente 50% da riqueza corporativa da nação e 22% da sua riqueza total (Berle; Mean, 1968).

O debate foi retomado, seguindo Kaufman, Zacharias e Karson (1995), após a Segunda Guerra Mundial, quando houve um esforço legislativo de regulamentar as corporações. O livro de Howard R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman* (1953), considerado uma das referências mais importantes nesse tema, abre o caminho da reflexão sobre a responsabilidade social, formatando seu primeiro esboço: “Que responsabilidades a empresa deveria assumir como próprias junto à sociedade?”<sup>2</sup> Havia a crença de que as grandes empresas eram centros vitais de poder e de tomada de decisão e que suas ações, em muitos pontos, afetavam a vida dos cidadãos. Nos EUA, a sinergia que permitiu a introdução do lema da responsabilidade social foi fomentada pelas pressões políticas e pelas críticas públicas aos negócios das grandes corporações. Para D. Vogel a década de 1960 é o tempo em que, finalmente,

... a corporação está sendo sujeita à mesma pressão democrática experimentada para a nação, 150 anos atrás. Assim como o Estado democrático, a corporação contemporânea deve agora se ajustar continuamente a uma série de demandas competitivas e conflitantes em relação aos seus recursos (...) portanto, a gerência das corporações é agora forçada a equilibrar a demanda dos seus acionistas, orientada para o lucro, com a necessidade e demandas sociais e políticas feitas por seus outros constituintes (Vogel, 1978, p.8-9).

<sup>1</sup> Castel chega a perguntar se hoje é possível “...tentar repensar se investir e ser competitiva para uma empresa deveria ser exclusivamente seguir políticas de comprimir ao máximo os custos salariais.” (Castel, 1995, p.589)

<sup>2</sup> O sociólogo americano Carroll (1999) define Bowen como o pai da responsabilidade social.

Nos anos 1960 algumas questões animaram o debate na sociedade americana: as reivindicações postas pela ação da Era dos Direitos Civis; os movimentos durante a Guerra do Vietnã; o monitoramento realizado pelas Igrejas Católicas e Protestantes, no controle das empresas americanas no exterior; e, finalmente, o esforço dos movimentos dos acionistas em politizar o gerenciamento das empresas. Esse conjunto de demandas e, ao mesmo tempo, a capacidade de mobilização de várias instituições revelam o quanto são amplos os interesses e quão diversificados são os “atores cidadãos” que se organizaram para monitorar o comportamento empresarial. Mas sugere também a evidência de uma ampla rede de influências que propunham reverter a autonomia e a autoridade da empresa, como centro de interesses econômicos.

O boicote de negros a uma linha de ônibus da cidade de Montgomery, em 1955, é lembrado como um dos primeiros sinais da pressão política, incentivada pela influência dos consumidores, cujas conseqüências econômicas acarretaram mudanças no comportamento das empresas.<sup>3</sup> Piquetes e boicotes em lanchonetes de aproximadamente 140 cidades são partes dos eventos políticos que resultaram no Ato dos Direitos Civis em 1964. A ele se agregam outros, *sit-ins* e manifestações, que se somaram às exigências feitas às empresas para que contratassem empregados negros. Em 1964, a empresa Kodak, em Rochester (NY), foi pressionada pelas organizações religiosas brancas e negras a promover uma maior incorporação da população negra no seu estabelecimento. A escolha dessa empresa não foi por acaso. A Kodak havia cooperado publicamente com o Comitê do presidente Kennedy para a elaboração do “Plano Oportunidades Iguais para o Progresso”. Esse evento desloca para a arena nacional o debate sobre natureza da responsabilidade social das empresas. Seguindo esse exemplo, também a empresa Xerox concorda em se tornar parceira da *Freedom Integration God Honor Today - FIGHT*. Boicotes nas empresas Pepsi-Cola, Gulf e Sun Oil foram particularmente efeti-

vos, tanto que, em mais de trinta empresas, foram criados mais de cinco mil empregos para a população negra. Esses são alguns dos exemplos que introduzem a noção de que as empresas têm a responsabilidade de elevar a qualidade de vida nas cidades e de integrar a população negra ao mercado de trabalho.

As exigências do movimento contra a guerra do Vietnã, em relação às empresas, aconteceram num contexto consideravelmente diferente. Os radicais faziam uma crítica explícita às empresas e ao sistema das corporações, publicando relatórios sobre suas políticas numa série de áreas, incluindo proteção ambiental, investimento na África do Sul e disputas trabalhistas. Nos anos 1960, uma das principais intervenções no comportamento das grandes empresas americanas foi referente à questão da produção industrial de armamentos. Entre 1966 e 1969, os argumentos – que tiveram como alvo muitas corporações como a AT&T, ITT, *Bank of América*, UNITED Aircraft, *Honeywell*, *General Electric* e *Dow Chemical* – apoiavam-se em elementos de diferente natureza. O primeiro é político: as corporações eram vistas como a parte mais importante e poderosa da economia política americana. Com efeito, cada uma das doze corporações que foram avaliadas tem em comum o envolvimento financeiro no esforço da guerra e no complexo industrial militar. O segundo diz respeito aos desafios colocados pelos movimentos anti-guerra às empresas, que têm uma dimensão moral particularmente forte. A concepção protestante da responsabilidade individual está implícita. Num certo sentido, de acordo com D. Vogel, pedia-se que as corporações tivessem “uma alma” e não permitissem que os produtos do seu capital e trabalho fossem utilizados para fins imorais. O movimento estudantil universitário americano também é incluído nesse movimento, pois realizou mais de 183 manifestações contra os negócios da multinacional do setor químico, a *Dow Chemical* (que produzia napalm) entre 1968 e 1969.<sup>4</sup>

O controle sobre as corporações foi realiza-

<sup>3</sup> O slogan “Todo negro na cidade não deveria tomar os ônibus por um dia, em protesto” custou à empresa rodoviária da cidade de Montgomery mais de \$7.000 por dia em perdas de rendimento (Vogel, 1978b).

<sup>4</sup> Ao se tornar o símbolo do protesto estudantil, a *Dow Chemical* foi vista como corporação cujas ações podiam ser avaliadas pela responsabilidade moral (Vogel, 1978).

do também pela Igreja Protestante, que exerceu um importante papel em monitorar as empresas americanas atuantes na África do Sul, enquanto a Ordem Católica exerceu alguma influência para as empresas que atuavam na América Latina.<sup>5</sup> A origem desse ativismo social é vinculada à história antiga do Conselho Nacional de Igrejas (NCC, sigla em inglês), um quarto de século antes de se tornar uma questão política. O sociólogo americano D. Vogel lembra que, desde 1947, tanto a Vida Econômica quanto a Vida Eclesiástica preocuparam-se em promover uma análise ética das questões econômicas. Em seguida, em 1963, o NCC tornou-se a primeira organização a sugerir publicamente que as relações de igualdade nas corporações influenciam a conduta social das empresas. Em 1966, a junta geral dessa instituição expandiu essa implicação. Podemos salientar dois exemplos: o caso da Polaroid e o da IBM.<sup>6</sup> Em 1963, a resolução das Nações Unidas decidiu por um embargo armamentista à África do Sul.<sup>7</sup> Em 1969, um pequeno número de empregados negros da empresa se uniu a um grupo militante denominado Movimento dos Trabalhadores Revolucionários da Polaroid (PRWM, sigla em inglês) e distribuíram panfletos acusando: “Polaroid aprisiona negros em 60 segundos”. Os manifestantes argumentavam que os produtos da Polaroid estavam sendo usados no sistema de cartão de identificação na África do Sul e convocaram um boicote internacional. Em 1970, a empresa Polaroid publicou uma declaração que negava a utilização do equipamento da empresa no programa de identificação. Ademais, a própria empresa afirmou ter instruído seus

distribuidores locais a interromper a venda de qualquer produto para o governo da África do Sul, incluindo filmes a serem usados em tal programa. O diretor de relações públicas da empresa assim declarou: “Temos responsabilidade pelo uso final do nosso produto... Em resposta ao grande PRWM, articulamos uma política muito estrita de recusa a fazer negócios diretamente com o governo sul-africano... Nós, na condição de corporação, não venderemos nossos produtos em casos em que seu uso constitua uma redução potencial da liberdade humana” (Vogel, 1978, p.173).

O movimento eclesiástico, em 1974, monitorou o comportamento da empresa americana IBM, a partir da legalidade e da moralidade na venda de computadores para a África do Sul, afirmando que os computadores aumentam a eficiência do sistema de caderneta bancária sul-africana e podem ser usados para o desenvolvimento da capacidade nuclear da África do Sul. Além disso, foi dito que a IBM desejava vender seus produtos para fortalecer a capacidade de repressão do governo daquele país. Longe de ser um ato comercial simples e neutro, a distribuição e o uso de computadores foram vistos a partir de suas conseqüências políticas.

Para concluir, entre as ações de monitoramento das corporações americanas, devemos incluir os grupos organizados de acionistas que buscam politizar o gerenciamento das empresas (Vogel, 1983). Sempre com referência à África do Sul, as reuniões anuais de acionistas são espaços que tornam públicos os desacordos frente às políticas das grandes empresas americanas. Entre 1970 e 1977, há resoluções de acionistas que, agindo junto aos movimentos eclesiásticos, se mobilizaram para sugerir maior transparência das empresas em suas políticas internas de empregos. O caso mais conhecido é aquele protagonizado por um pequeno grupo de advogados que, em 1970, organizou o Projeto acerca da Responsabilidade Corporativa (PCR, sigla em inglês). Esse grupo, em virtude de sua propriedade coletiva de doze ações, anunciou, em entrevista coletiva à imprensa, que estava prestes a submeter nove resoluções aos 1.300.000 aci-

<sup>5</sup> Para D. Vogel, o interesse das Igrejas nesse tipo de questão está ligado à ativação de poderes também econômicos por elas. Com efeito, as Igrejas são instituições econômicas significativas cujos recursos, em 1979, estavam estimados em mais de 160 bilhões de dólares nos EUA. Ademais, são instituições cujos princípios legitimadores podem ser e, com maior probabilidade, são importantes instituições com fundos disponíveis.

<sup>6</sup> Vogel refere-se a outras ações dos movimentos eclesiásticos: na Namíbia em 1966-67; em Angola em 1969; e o boicote árabe nos EUA, em 1975-76 (Vogel, 1978).

<sup>7</sup> Lembramos que, em 1970, as Nações Unidas, com a abstenção dos EUA, expandiram o embargo, exigindo que diversos Estados proibissem “o investimento ou a assistência técnica à manufatura de armas e munições, aeronaves... e outros veículos militares” (Vogel, 1978 p.249).

onistas da empresa automotiva GM. Os objetivos sugeridos pelo grupo de acionistas são: encorajar o máximo de debates possíveis sobre a relação entre responsabilidade corporativa e autoridade gerencial; permitir que os investidores expressem seu desprazer com o desempenho social da GM, compartilhando votos sobre várias propostas contra os gerentes; expandir o conselho de diretores para vinte e seis, a fim de abrir espaço para três diretores adicionais e criar um comitê para responsabilidade corporativa.

Em 1972, por exemplo, a Mobil foi a única empresa a fornecer os dados sobre suas práticas de emprego. Em seguida, Ford, GM, Gulf, ITT, Texaco, 3M, Xerox, Colgate-Palmolive, Gillette, entre outras, fizeram o mesmo. Polaroid e ITT estabeleceram comitês especiais de inspeção para examinarem as práticas da empresa nessa temática, seguindo os pedidos dos movimentos eclesiais da Igreja.

Essas diversas formas de pressão, exercidas sobre as empresas nos EUA, nos anos 1960-1977, evidenciam o ajuste das práticas das empresas no que diz respeito à configuração e à composição de seus empregados; à defesa dos direitos humanos no seu interior e (ou) nas sociedades onde comercializam seus produtos; à escolha dos mercados consumidores; e à escolha privilegiada de clientes internacionais. Assim, o círculo de atores e instituições que sugerem a Responsabilidade Social Empresarial – RSE – é um cenário que não é prefixado. Ao contrário, ele se expande e se articula com a agenda nacional, de acordo com a capacidade de mobilização de grupos e setores organizados, bem como em função de sua vitalidade em proporcionar a formação de porta-vozes que interpretem as exigências dispersas na sociedade.

## O MEIO EMPRESARIAL BRASILEIRO E A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Se o interesse mundial empresarial pela responsabilidade social parece apresentar-se com mais ênfase na década de 1990, no Brasil, a emergência

desse lema tem início nos anos 1960, quando algumas associações empresariais introduzem valores e princípios éticos como componentes da gestão da empresa. Tal preocupação é uma tímida contribuição do ambiente empresarial próximo ao pensamento religioso progressista, em adesão ao processo de redemocratização do Estado de direito no Brasil. Mas se constitui como parte da posição que critica a atitude tradicional do empresariado, até então profundamente marcada por comportamentos autárquicos e autoritários. São pioneiras duas entidades. Inicialmente a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE-Brasil), fundada em São Paulo, em 1961. As atividades da ADCE no Brasil inspiraram um debate sobre o papel social das empresas e, em especial, a publicação pela filial paulista, em 1965, da *Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas*. Em 1974, a associação publicou outro importante documento, *O Decálogo do Empresário*, a primeira proposta clara de ligar a gestão empresarial com a responsabilidade social. Para a ADCE-RJ, há indicações de que “imperfeições sociais” coexistem com o progresso e até podem ser causadas por ele. A principal missão da entidade é estabelecer ligações entre o espaço das organizações empresariais e o contexto social, de modo que as ações sociais sejam um instrumento útil para a construção de uma nova cultura.<sup>8</sup> Sucessivamente, em 1986, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides), em colaboração com a ADCE, propôs “humanizar a empresa e promover sua relação com a sociedade”. A Fides desenvolve instrumentos educacionais e intelectuais específicos, bem como estabelece relações com autoridades ecumênicas, tal como a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, criando um canal de interlocução com os sindicatos dos trabalhadores.

<sup>8</sup> A rede criada pela ADCE desenvolveu novos instrumentos e estimulou a tradição católica da caridade. Seu principal objetivo, inspirado na encíclica do Papa Leão XIII, *Rerum Novarum* (1891), é aprofundar a reflexão sobre as implicações da visão cristã das práticas de concorrência econômica. Atualmente, a rede está presente na Europa, América Latina, África e Ásia, onde congrega associações nacionais.

Outras três associações, num âmbito mais pragmático, apóiam a postura proativa do empresariado, quando se inaugura a conjuntura da redemocratização nos anos de 1980. A Câmara Americana de Comércio de São Paulo (AMCHAM – São Paulo), a partir de 1982, introduz o conceito de “cidadania corporativa”, quando implementa a difusão de ações sociais empresariais. A associação instituiu o Prêmio Eco (empresa-comunidade), com o objetivo de incentivar ações sociais nas áreas de cultura, educação, meio ambiente, participação comunitária e saúde. O grupo Pensamento Nacional das Bases Empresariais – PNBE – se fez porta-voz da recomendação de estabelecer um “pacto social” negociado. Em 1987, o PNBE, propondo dar prioridade aos interesses nacionais, propaga os conceitos de democracia e cidadania no meio empresarial, mobilizando-se em três âmbitos: a defesa de um pacto social nacional, o desenvolvimento nacional e o controle da inflação.<sup>9</sup> Por fim, a rede de Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) inaugura no Brasil, em 1985, uma nova visão do interesse das empresas privadas no fomento a projetos sociais. O GIFE realiza sua primeira reunião em 1988, com um debate sobre filantropia, patrocinado por representantes das filiais brasileiras da Alcoa e da *Kellogg Foundation*, em colaboração com a Câmara Americana de Comércio de São Paulo. A proposta, sucessivamente espalhada por toda a América Latina, é a de defender a responsabilidade e a reciprocidade das empresas perante a sociedade, bem como a adoção de elevados padrões éticos de conduta comercial. O grupo propõe-se a colaborar com o Estado, em programas destinados a reduzir a desigualdade social, participar de debates legislativos e contribuir com o programa nacional da *Comunidade Solidária*.

Nos anos 1990, a década em que as empresas buscavam reestruturar-se para aumentar sua competitividade no mercado internacional, alguns diretores – e especialistas em gestão de empresas –

associaram as iniciativas de responsabilidade social da empresa com propostas para racionalizar (reduzir) custos, aumentar as vantagens competitivas e administrar os riscos e a reputação de suas empresas. As repercussões internacionais de alguns indicadores sociais (incidentes de trabalho, trabalho infantil, trabalho forçado, entre outros), ao proporcionarem uma imagem desfavorável, levaram algumas empresas brasileiras a priorizar seu envolvimento em algumas áreas específicas, entre as quais a pobreza, a violência, a educação e a proteção ao meio ambiente. A responsabilidade social da empresa tornou-se, assim, parte de uma estratégia mais ampla de legitimidade, uma maneira de limpar a imagem maculada dos empresários e das empresas, considerados por muitos como responsáveis pela concentração da riqueza e pelo caráter cada vez mais especulativo dos investimentos financeiros. Em outras palavras, muitas empresas e seus dirigentes brasileiros utilizaram-se do lema da responsabilidade social da empresa para restabelecer a confiança dos trabalhadores – aqueles que tinham permanecido empregados – após as significativas fusões, reestruturações e modernizações internas para aumentar sua competitividade e, sobretudo, consolidar a fidelidade dos consumidores e a aceitação da coletividade. Numa época de mercados de trabalho flexíveis e de desregulamentação dos custos da mão-de-obra, a responsabilidade social permite às empresas amenizar os efeitos desses processos.

A ampliação da agenda de RSE, durante a década de 1990, se dá pelo circuito de doações empresariais, com recursos usados para realizar programas sociais voltados para atender à população em situação de pobreza. Em outras palavras, as empresas e entidades empresariais dirigiram suas ações sociais para fora de seus muros. Em contraste, são raros os investimentos para aumentar a qualificação dos trabalhadores, e, assim, alcançarem o grau de educação necessário para acompanhar a modernização das técnicas de produção usadas nos locais de trabalho, sobretudo nos setores metalúrgico, químico, têxtil e de construção civil.

<sup>9</sup> Em 1992, a entidade teve um papel de liderança no processo de *impeachment* do Presidente Fernando Collor de Mello, e deu início a uma campanha pela cidadania e pela melhoria da qualidade de vida do povo brasileiro.

Essa segunda onda da difusão da responsabilidade social da empresa no Brasil surge num contexto de desregulamentação e deterioração das normas e direitos do trabalho. Enquanto há a ênfase em discursos e práticas de tal responsabilidade, várias empresas, diferentes associações e federações empresariais fazem pressão sobre o Estado para que as normas de trabalho e os direitos trabalhistas sejam excluídos da legislação nacional e transferidos para a órbita da negociação coletiva direta. Essa proposta das grandes empresas, de se abandonar o paradigma universalista da legislação trabalhista é uma forma de reduzir, com amparo legal, a formação de empregos protegidos por regras e garantias previdenciárias, enxugar o volume de trabalhadores contratados e, graças à substituição e à rotatividade da mão-de-obra, até diminuir os salários. Vista nesse contexto, a responsabilidade social da empresa aparece como uma “abordagem paliativa”, a fim de mitigar, utilizando medidas filantrópicas, os danos maiores que acarretam para a sociedade.

### AS INICIATIVAS INSTITUCIONAIS RECENTES

As cinco redes citadas (ADCE, Amcham, FIDES, PNBE e GIFE) estão na raiz da concepção atual do papel positivo das empresas privadas na sociedade. Delas saíram muitas análises e motivações para a articulação entre objetivos econômicos e objetivos sociais, que dizem respeito, sobretudo, a valores políticos e espirituais, e também às interpretações relacionadas com as demandas cívicas pela transparência das ações estatais e empresariais.

No fim dos anos 1990, em uma nova conjuntura política, as iniciativas empresariais de responsabilidade social aumentaram o leque de entendimento desse lema. Os programas sociais se orientam pelas recentes mudanças institucionais que abrem novos compromissos, viabilizados pela descentralização das políticas de educação, transportes, saúde e meio ambiente, a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente, do Código de Defesa do Consumidor e a lei federal de incentivo

fiscal aos investimentos de apoio à cultura. Mais ainda: conectam-se, em 1994, com a política nacional do governo Fernando Henrique Cardoso no interior do programa “Mãos à Obra Brasil”. Nesse momento, é ampliada a parceria entre Estado e sociedade, estimulando-se o desenvolvimento do chamado Terceiro Setor. Inspiradas no modelo norte-americano, muitas empresas privadas (nacionais e multinacionais), no Brasil, abraçaram essa política, aumentando o número de fundações empresariais, financiando organizações sem fins lucrativos e instituindo departamentos de responsabilidade social nas empresas. Um pequeno número de empresas já havia incorporado essas teses, e algumas firmas e associações empresariais procuraram adaptá-las aos seus objetivos, elaborando e divulgando iniciativas sociais.

Durante as eleições presidenciais de 1994, alguns empresários que faziam parte do Fórum da Média e Pequena Empresa (Fopeme) fundam a Associação Brasileira de Empresários pela Cidadania (Cives). Essa entidade política tem por finalidade, segundo o seu programa, o desenvolvimento da cidadania, o aperfeiçoamento da democracia, a defesa da justiça social e da ética. Nas décadas de 1980 e 1990, o grupo Cives participou de várias iniciativas políticas tais como: o Movimento pela Ética na Política e o Pensamento Nacional das Bases Empresariais – PNBE. Em 1994, define como seu principal objetivo a reforma estrutural do Estado, inclusive a reforma fiscal, a adoção de um sistema progressivo de imposto de renda e a defesa da universalização dos direitos trabalhistas.

Em 1998, outro grupo adere ao discurso da responsabilidade social empresarial: o Instituto Ethos, fundado em São Paulo como organização privada, patrocinada por mais de 400 empresas, que participam como membros associados. O Instituto desenvolve parcerias internacionais com grupos afins, como o *Business for Social Responsibility* (BSR), o Instituto Kellogg, o *International Business Leaders Forum* e o *United Nations Global Compact*. A razão básica para esse tipo de relacionamento reside na visão do Instituto sobre o papel social das empresas. Valendo-se de seu poder econômico, as

empresas deveriam ser capazes de promover a mudança cultural, isto é, de levar novos valores às comunidades. Em consonância com a missão do Instituto, a responsabilidade social deveria aumentar a capacidade de as empresas fazerem investimentos que fortaleçam, ao mesmo tempo, as redes sociais e econômicas, além de disseminar esse conceito para as redes de seus *stakeholders*. Por isso, o Instituto Ethos recomenda que seus membros promovam a imagem das empresas como agentes civilizadores das condições comunitárias que as cercam.

Para exemplificar a visão empresarial que interpreta a responsabilidade social no Brasil no período de maior ressonância de sua divulgação nacional, citamos alguns depoimentos divulgados no jornal carioca *O Globo*, que, em 2003, inaugura o suplemento mensal: *Razão Social*. Essa iniciativa fomenta a criação de uma cultura positiva do comportamento e das práticas sociais das empresas, demonstrando que elas têm instrumentos para adotar uma postura proativa junto à sociedade, colaborando com o bem-estar da população.

Entrevista a Antonio Ermírio de Morais – Grupo Votorantim:

A responsabilidade social é fundamental para o país crescer de maneira ordeira e inteligente.... Nós compramos essa companhia Brasileira de alumínio em 1955 e tinha 75% de funcionários analfabetos. Hoje não tem nenhum. Pelo contrário: 80% têm ensino completo. E muita gente está se formando pela companhia. Naquela época não se falava de responsabilidade social como se fala hoje. Isso é um sentimento humano, de ajudar o próximo, tem que estar no DNA do empresário. (*Razão Social*, n.6, nov., 2003.)

Entrevista a Arthur Sendas – Presidente do Grupo Sendas:

Eu acho que o empresário tem o dever de colaborar, de participar, fazer a parte dele. Mas não dá para assumir totalmente. Até porque, com a globalização, as maiores empresas no mundo estão atuando aqui livremente, há muita competitividade e elas pagam juros bem diferentes. Enquanto lá fora são juros de 3,4%, aqui é 25 vezes mais. Portanto o empresário faz o que pode, mas tem limites. E o governo também precisa atuar. Afinal nós contribuimos para ele. (*Razão Social*, n.7, dez., 2003)

Entrevista a Marcos Magalhães – Presidente da Philips

Nosso grande guarda chuva é a educação, para ajudar o público externo, mas com chances de beneficiar nossos funcionários também. Lá atrás, quando começamos a estruturar nossas ações, foi pela filantropia. Até que decidimos focar na educação, pelo motivo óbvio de contribuir mais com o país. O Brasil tem um espaço grande demais entre o poder econômico (15º do mundo) e o índice de desenvolvimento humano (72º). Essa distância tem que diminuir. (*Razão Social*, n.15, ago., 2004)

Entrevista a João Brandão – Diretor da Rio Polímeros:

...A responsabilidade social faz parte do processo de sobrevivência das empresas. A empresa que exerce a responsabilidade social é mais facilmente aceita pela comunidade. Dessa forma, é mais fácil se perpetuar. É um comportamento que está se disseminando largamente.” (*Razão Social*, n.24, maio, 2005)

Desse conjunto tão diverso emerge uma convivência de diferentes entendimentos, de filosofias que nem sempre coincidem entre si.<sup>10</sup> A ênfase dos programas implementados permanece demarcada por metas de responsabilidade voltadas a oferecer serviços gratuitos (alimentação, assistência, etc.) às pessoas excluídas de vínculos formais de emprego. Tais iniciativas e programas não incluem proposta alguma para reverter as políticas seletivas de oferta de empregos, com o fim de reduzir a persistente taxa de emprego informal.

## RENOVANDO A FUNÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS NA UNIÃO EUROPEIA

A introdução do tema da responsabilidade social da empresa nas diretrizes da União Europeia – UE – tem início em 1995, quando um grupo de vinte empresas assinou, junto à presidência da

<sup>10</sup> Não queremos diminuir a colaboração da sociedade civil organizada na construção do lema da RS. Ela tem início muito timidamente em 1999, quando o IBASE lança a campanha nacional do Balanço Social e quando o Partido dos Trabalhadores elabora uma proposta de lei para a obrigatoriedade desse documento junto às empresas. O detalhamento dessa iniciativa, assim como a das Prefeituras, é objeto de outro artigo de Cappellin; Giuliani (2004).

eu, o documento *European Business Declaration against Social Exclusion*. Nesse documento estão contidas as mais importantes diretrizes que motivam, do ponto de vista empresarial, a adesão das empresas à luta contra a exclusão social. Para lutar e prevenir a exclusão social, o apelo da UE à empresa é fazer com que elas renovem sua finalidade: ser fonte de empregos. É graças a esse laço que as empresas encontram formas de restabelecer os vínculos de reciprocidade junto à sociedade. Mais ainda: afirma-se que “o setor privado e as empresas públicas, ao prevenir e combaterem a exclusão, podem elevar sua produtividade e suas metas de lucratividade” (União Européia, 1995). Essa meta é assim assumida como um compromisso que exige uma interação estreita e dinâmica, na Europa, entre as políticas econômicas e as políticas sociais, visto que se deve fazer frente a mais de 17 milhões de pessoas desempregadas, 53 milhões vivendo abaixo da linha da pobreza, e de 3 a 5 milhões sem adequadas condições de habitação. A convocação de empresas européias na adesão à responsabilidade social como compromisso, em 1999, inclui os territórios nacionais,<sup>11</sup> os países do *Eastern Europe* e os países em desenvolvimento.

Em seguida, em 2000, na ocasião do Encontro de Lisboa, é redigido um apelo a favor da responsabilidade social. Nesse fórum, há uma ampliação das entidades envolvidas, já que o primeiro ministro da UE, a Comissão Européia e a primeira direção da *CSR Europe* (Responsabilidade Social Corporativa), se comprometem a elaborar um atualizado programa de metas para 2010. O desafio é saber conjugar o tripé: excelência e sustentabilidade do desenvolvimento econômico; mais e melhores empregos; e o aumento da coesão social. O documento, *PARTNERSHIP ALCHEMY. New Social Partnerships in Europe* (União Européia, 2000) é um dos primeiros textos que resume os desafios de alguns países da Europa,<sup>12</sup> editado

pelo *The Copenhagen Centre – TCC* – em 2000. Nesse documento, são ressaltados os desafios no momento em que a nova realidade da economia global, as transformações tecnológicas e as mudanças demográficas se manifestam em consonância com a transição política dos últimos anos do milênio. Nessa complexa combinação, estão sendo criadas novas e inesperadas oportunidades para alguns cidadãos europeus, lado a lado com o aumento da insegurança e da desigualdade para outros. Em cada realidade nacional, constata-se que uma abertura cosmopolita de possibilidades, o uso de alta tecnologia e o acesso a serviços sociais são acompanhados pela existência de áreas onde há o aumento do desemprego, a persistência de habilidades de trabalho não apropriadas aos desafios tecnológicos, baixos rendimentos, precárias condições residenciais, insucessos familiares, criminalidade, conflitos étnicos e degradação ambiental. A profundidade dessa distância social entre quem é beneficiário e quem está excluído ameaça o sucesso da integração européia, assim como seu almejado desenvolvimento. No conjunto dos desafios que os países devem enfrentar, são também incluídos os processos de privatização, da liberalização e da abertura das comunicações, o que, nos últimos quinze anos, tem colocado em evidência o setor privado. Para os autores deste Relatório, essas questões sugerem o envolvimento tanto dos empresários e de suas lideranças como das organizações sindicais e das instituições locais. É justamente no interior das instâncias que envolvem o Estado, o mercado e a sociedade civil, que é possível o equilíbrio dos poderes e a assunção das responsabilidades que, anteriormente, constituíam tarefas exclusivas dos governos nacionais. Estes processos, continua o relatório, têm evidenciado o aumento da atenção pública em direção às atividades do *business*, conseqüentemente, solicitam o estreitamento das relações e dos compromissos das empresas no interior da sociedade. O desenvolvimento é, assim, escolhido como centro das práticas do *business* em toda sociedade européia. Finalmente, como parte da exigência de coesão, no Relatório faz-se explícita menção ao papel dos par-

<sup>11</sup> Até 1999, mais de 50 empresas aderem ao lema da Responsabilidade Social, conectando 15 países europeus.

<sup>12</sup> As informações detalhadas das iniciativas promovidas entre as empresas e os governos nacionais nas áreas de desenvolvimento fazem referências aos países: Grécia, Áustria, Bélgica, Alemanha, Espanha, Portugal, Finlândia e Irlanda.

ceiros sociais, que “deveriam inovar suas tradicionais interações” (TCC, 2000, p.20). Os parceiros, isto é, os representantes dos empregadores e dos trabalhadores, são mencionados como atores que fomentam o diálogo social, envolvendo numerosos setores industriais e milhões de trabalhadores na Europa, nos diferentes países e em diferentes territórios locais. O tradicional envolvimento desses atores é evidente pelo legado dos procedimentos de diálogo, de consultas, de negociações coletivas, de representações diretas nas entidades e, em alguns casos, como na Bélgica e na França, representações nos fundos de seguro social. Tais práticas deveriam permanecer ativas, justamente porque podem estimular uma maior competitividade internacional, aliada à coesão social. Além de ser mencionado como prática tradicional europeia, o diálogo social é incentivado visando a aumentar sua eficácia e criatividade e objetivando instaurar parcerias entre empregados e empregadores na Europa, em âmbito nacional e local (TCC, 2000, p.20). Nesses termos, fica claro que há uma preocupação em chamar a atenção da empresa, a fim de que ela aprimore a capacidade de somar suas funções, renovando seu envolvimento na recuperação dos elos sociais de reciprocidade na sociedade contemporânea. O emprego, nesse contexto, é apontado como a questão central. As empresas, como agentes econômicos, são solicitadas a transformarem-se em espaços em que essa meta é adotada como parte da responsabilidade social. Entre os exemplos de ações a serem promovidas, são citadas: estimular e incentivar o aumento da qualificação dos trabalhadores; oferecer fontes de trabalho referentes ao controle de acidentes, criar um ambiente seguro e capaz de proteger física e psicologicamente quem nele trabalha; proporcionar a igualdade de oportunidades entre os sexos no acesso à ascensão e à carreira. Essas metas de responsabilidade não isolam a empresa do contexto social, mas justamente, por solicitarem um aprofundamento de seu papel social, recuperam os vínculos, as conexões institucionais, isto é, solicitam o envolvimento em respeito às regras e às normas legais que foram

pactuadas, juntamente às instâncias reguladoras: o Ministério do Trabalho, as Prefeituras, as entidades de representação de interesses, dos trabalhadores, dos empregadores, dos consumidores.

Esse conjunto de objetivos é solicitado a todos os agentes econômicos, ou seja, a todo e qualquer tipo de empresa: as pequenas e médias empresas e as multinacionais, em todos os setores de atividades.

As reuniões promovidas no âmbito da Comissão Europeia, desde 1999, deságuam na edição final da primeira diretiva europeia, o *Livro Verde*, cujo título é *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*, editado em 2001. A proposta de responsabilidade social, nesse *Livro*, coloca as empresas em contato direto com um ulterior desafio da sociedade contemporânea: aprimorar relações solidárias. Isto é, compete aos agentes econômicos favorecer os mais altos níveis de coesão social entre os setores da sociedade. Esse objetivo se expressa na definição de responsabilidade social: “integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com as outras partes interessadas” (União Europeia, 2001).

Encontraremos maiores conexões dessa diretiva se articularmos o *Livro Verde* com os novos princípios e valores da *Carta dos Direitos Fundamentais*<sup>13</sup> (2000). São outros exemplos dessa articulação os parâmetros já em voga do *Global Compact*, os princípios diretivos da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE – e as próprias convenções resumidas na assim chamada agenda social da Organização Internacional do Trabalho – OIT. A meta é unificar e harmonizar, no diversificado território europeu, alguns princípios de funcionamento a serem adotados. Caberia às empresas:

- “Adotar um comportamento socialmente responsável, indo além das prescrições legais, se envolvendo em práticas voluntárias como parte de seus interesses de mais longo alcance”;

<sup>13</sup> A Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia foi enunciada em Nice, em 7 de dezembro de 2000. Essa Carta é o resultado de um procedimento original, sem precedentes na história da União Europeia.

- Considerar que “a RS é intrinsecamente conectada ao conceito de desenvolvimento sustentável: as empresas deveriam integrar os efeitos econômicos, sociais e ambientais, na suas práticas de gestão”;
- Perceber que “a RS não é uma opção a ser acrescida às atividades centrais da empresas, mas está vinculada a escolhas e desafios de sua gestão interna”.

Dessas ênfases, fica claro que se está moldando critérios inovadores, assumidos como ferramentas de gestão do assim chamado governo da empresa,<sup>14</sup> de grande utilidade para se enfrentarem as transformações contemporâneas. É aqui que a inserção no mercado não requer o abandono das regras e normas para concorrer internacionalmente, mas refina as posturas a serem seguidas, para que as empresas possam se movimentar no amplo contexto internacional. Se a conjuntura mundial envolve desafios, é importante que sejam adotadas novas e apropriadas posturas empresariais. No texto do *Livro Verde*, são citados alguns exemplos:

- A globalização tem aberto para as empresas novas perspectivas, mas estas têm modificado também a sua estrutura interna, fazendo-a mais complexa. Sua movimentação nos espaços de mercado internacional exige maiores e mais aprofundados compromissos juntamente aos países em via de desenvolvimento.
- A força dos mecanismos de elaboração da imagem da empresa e da reputação funcionam para enfrentar o ambiente competitivo justamente quando os consumidores e as organizações não governamentais ficam mais atentas às informações sobre as condições de produção dos bens e sobre seus efeitos para o desenvolvimento. Neste sentido, estes mecanismos da imagem podem ajudar a recompensar as empresas em seus comportamentos e em suas atitudes sociais e ambientais.

<sup>14</sup> Adotamos a definição do sociólogo L. Gallino (2005), quando faz referência ao governo da empresa, isto é, à estrutura do chamado governo da empresa, conhecida no âmbito teórico como “governança corporativa [que se funda] em uma articulação bastante complexa da distribuição do poder de decisão entre os acionistas, os dirigentes administrativos e os dirigentes técnicos.”

- As conseqüências das modificações exigem que também as intervenções e investimentos financeiros sejam mais transparentes, para melhor permitir a identificação dos fatores de risco, do sucesso, para enfim atender às demandas da opinião pública que requer o fornecimento de informações mais extensas daquelas clássicas do desempenho financeiro.
- O conhecimento e a inovação são hoje sempre mais cruciais para aprimorar a competição e, conseqüentemente, adquirirão maiores interesses se contratam pessoas competentes e bem qualificadas.

Finalmente, nesse *Livro Verde*, são renovados os compromissos de adesão à responsabilidade social por parte das organizações. O primeiro compromisso da empresa é fomentar “parcerias para o crescimento e para o emprego”. Dessa forma, em um ambiente público europeu, os empresários são apreciados não apenas pelos lucros obtidos, mas também por oferecerem uma contribuição importante na resolução dos problemas da sociedade.<sup>15</sup>

Sucessivamente, todas as práticas sociais promovidas pelas empresas não devem ser consideradas como uma substituição das regulamentações e da legislação referentes aos direitos sociais ou normas ambientais. Ao contrário, nos países onde tais regulamentações não existem ainda, a orientação da Responsabilidade Social das Empresas Europeias é a de promover esforços para “a criação de um contexto que ajude a regulamentar as fontes legislativas, com o fim de chegar a uma base eqüitativa, fonte para sucessivos desenvolvimentos de práticas sociais responsáveis”.<sup>16</sup> Após

<sup>15</sup> Após as reuniões de Lisboa, fala-se: “Mais que nunca, a Europa precisa de empresários ativos, atitudes positivas em relação ao espírito empresarial e confiança nas empresas. A Europa necessita de um clima público no qual os empresários sejam apreciados não apenas pelos lucros que têm, mas também por darem um apoio importante para a resolução de certos problemas da sociedade” (União Européia, 2006).

<sup>16</sup> “A visão européia de prosperidade, solidariedade e segurança em longo prazo alarga-se também à esfera internacional. A Comissão reconhece as ligações entre a aceitação da responsabilidade social da empresa na Europa e no resto do mundo e considera que as empresas europeias devem comportar-se de forma responsável onde quer que operem, de acordo com os valores europeus e as normas internacionais” (2006, p.6).

a divulgação do *Livro Verde*, multiplicam-se as iniciativas de debate e de articulação junto ao Parlamento Europeu.<sup>17</sup> Em síntese, emergem diferentes comentários recolhidos juntos às organizações que acolhem esse lema (União Européia, 2002):

- A responsabilidade social é destacada pelas empresas como sendo de natureza voluntária e estas consideram que o conceito não poderá ser aplicado de maneira uniforme, dada a diversidade das abordagens nacionais.
- Os sindicatos e as organizações da sociedade civil salientam que as iniciativas voluntárias não são suficientes para proteger os trabalhadores. Requerem, assim, às empresas que tornem conhecidas as suas atividades no domínio social, através de mecanismos eficazes.
- Os investidores sublinham a necessidade de melhorar a divulgação de informações e a transparência quanto às práticas das empresas.
- As organizações de consumidores salientam a importância de dispor de informações confiáveis sobre as condições de produção e venda dos bens.
- As instituições europeias – como o Conselho, o Comitê Econômico e Social Europeu, o Comitê das Regiões e o Parlamento Europeu – assinalam a importância de uma abordagem europeia sobre o assunto.

A Comissão Européia, ainda em 2006, entende seu compromisso, fazendo um apelo para que as empresas não se percebam “substituindo as ações dos poderes públicos” (União Européia, 2006). É nessa ocasião que são renovados e detalhados os mais atuais objetivos e iniciativas de responsabilidade social, tais como:

- Maior integração dos mercados de trabalho e melhores níveis de inclusão social, na medida em que as empresas procurem ativamente recrutar mais pessoas de grupos desfavorecidos.
- Investimento no desenvolvimento das competências, na formação contínua e na empregabilidade, que são necessários para manter a competitividade na economia do conheci-

mento em nível global e em face do envelhecimento da população ativa na Europa.

- Melhorias na saúde pública, em consequência de iniciativas voluntárias das empresas em domínios como a comercialização e a rotulagem dos alimentos e das substâncias químicas não tóxicas.
- Um melhor desempenho em matéria de inovação, no que se refere às inovações dirigidas a problemas da sociedade, em consequência de uma interação mais intensiva com os agentes externos e da criação de ambientes de trabalho mais propícios à inovação.
- Maior respeito pelos direitos humanos, pela proteção do ambiente e pelas normas trabalhistas básicas, nomeadamente nos países em vias de desenvolvimento.
- Reduzir a pobreza e evoluir no sentido de concretizar os objetivos de Desenvolvimento do Milênio.<sup>18</sup>

Finalmente, há uma particular atenção em se reconhecer o uso de ferramentas que ampliam a transparência das práticas de responsabilidade social, a fim de que as práticas voluntárias sejam visíveis e de fácil análise comparativa (União Européia, 2002). Nesse âmbito, são incluídos os códigos de conduta,<sup>19</sup> as normas de gestão,<sup>20</sup> as normas de performance e os relatórios de validação,<sup>21</sup> os rótulos e etiquetas,<sup>22</sup> e os investimentos socialmente responsáveis.<sup>23</sup>

Em 2007, o processo de difusão da CSR consegue envolver os vinte e cinco países que fazem parte da União Européia (União Européia,

<sup>18</sup> É também mencionada a preocupação de as empresas promoverem a incorporação da igualdade de gênero. Ver Documento: União Européia, COM (2006), n.136.

<sup>19</sup> Códigos de conduta: direitos dos trabalhadores, direitos humanos, proteção do ambiente, etc.

<sup>20</sup> Normas de gestão: integração dos aspectos sociais e ambientais nas atividades quotidianas das empresas.

<sup>21</sup> Aferição dos desempenhos, elaboração de relatórios e validação (redação, pelas empresas, de relatórios internos sobre as suas atividades no domínio da RSE).

<sup>22</sup> Rótulos (direito dos consumidores à informação sobre os produtos, através da rotulagem).

<sup>23</sup> ISR (investimento socialmente responsável, especialmente para os fundos de pensões, ou seja, há que investir nas empresas que obtêm os melhores resultados em termos de RSE).

<sup>17</sup> Essas etapas de consulta estão registradas no documento (2002).

2007). As diferentes modalidades de organização, que modalidades estão ativas, que incentivos estão disponíveis para as empresas e que ferramentas de transparência e visibilidade são encaminhadas são alguns dos tópicos do *Compendium on national public policies on CSR in the European Union*, o mais recente documento do balanço interno da União Européia sobre a Responsabilidade Social (2007).

## CONCLUSÕES

As perspectivas, as políticas e as redes institucionais não parecem ser uniformes quanto à proposta da Responsabilidade Social nos EUA, no Brasil e na União Européia. Se, por um lado, as dinâmicas da globalização ampliam esse lema, por outro, os estímulos de adesão não homogeneizam os entendimentos que acabamos de relatar. Com efeito, a difusão de iniciativas de responsabilidade social é parte do ajuste do comportamento empresarial nos EUA. No Brasil, constitui-se como uma pluralidade de iniciativas encampadas diretamente pelas empresas até o início dos anos 2000. E, na UE, é uma solicitação central das instâncias multilaterais que estimulam as empresas a responderem à atual crise do emprego. Esses exemplos constituem três portas de entrada para a problemática da responsabilidade social. É interessante não subestimar as dinâmicas que explicitam os caminhos pelos quais tais organizações trilham. Às vezes, acolhem as reivindicações que se formam no conjunto da sociedade (USA e UE), outras vezes, põem resistências a usar o emprego como meta da responsabilidade social e se deslocam para várias iniciativas de assistência social, elaborando programas discricionários e unilaterais, como no caso do Brasil. Provavelmente é a partir desses encaminhamentos tão variados que faz sentido falar de interações nacionais e regionais da Responsabilidade Social das Empresas. O olhar sociológico pode fixar as dinâmicas e os processos através dos quais, na sociedade, as estruturas das organizações se moldam às exigências plurais, econômi-

cas e extra-econômicas, de modo a colaborar com o desenvolvimento e para a coesão social.

No EUA, a responsabilidade se impõe à empresa com o fim de controlar política e socialmente seus poderes e para delimitar as fronteiras da sua fabulosa expansão econômica e política. Nos Estados Unidos, no decorrer dos anos 1930, no início do debate sobre a responsabilidade social, os grandes conglomerados multinacionais – as corporações – detinham sempre mais poderes, interferindo até mesmo na esfera política nacional (Kaufman; Zacharias; Karson, 1995). Hoje, o estímulo à lealdade dos consumidores no mercado americano se estabelece a partir de relações contratuais que incluem critérios e procedimentos de indenizações, obrigações e seguros, os quais fomentam o desenvolvimento da área disciplinar do “direito de responsabilidade” (Engel, 1992).

No Brasil, as motivações – os moventes – do lema da responsabilidade social da empresa ocorrem com o ajuste e a renovação dos sentidos e dos conteúdos programáticos em períodos distintos. No momento inaugural, entre os anos 1960 a 1980, esse é um lema que se difunde, em âmbitos empresariais associativos bastante restritos, mas ativos, que buscam, inicialmente, conquistar a legitimidade na sociedade – que se preparava para recuperar as dinâmicas democráticas –, pela introdução de valores éticos nas orientações empresariais. No segundo momento, entre 1990 e 2002, são as próprias empresas como agentes e atores sociais que encampam a proposição. A diretriz mais em voga é a de realizar práticas e programas de filantropia assistencial. Nessa conjuntura, a autonomia da empresa privada, com ampla margem discricionária, aproveita a reforma do Estado de 1994, desprestigia a rede de reciprocidade social entre emprego e empresas, e se direciona para o apoio a iniciativas do terceiro setor, o qual desenvolve programas de assistência social. Isso é possível porque, após os anos 1994, inaugura-se, de acordo com as diretrizes constitucionais, a divisão das competências do Estado, no que tange à seguridade social. A prerrogativa de assistência social pública para a população situada à margem

da integração ao emprego é ampliada até pelo envolvimento do terceiro setor. As empresas denominam, como práticas de responsabilidade social, vários programas de assistência a essas populações, os quais vêm sendo desenhados com procedimentos de frágil diálogo público, sem introduzir mecanismos de monitoramento das relações de reciprocidade entre elas e seu entorno social (Peliano, 2001; Cappellin; Giuliani, 2004). O que as nossas pesquisas indicam é que a ampla divulgação da responsabilidade social coincide com o desenvolvimento do movimento empresarial *Custo Brasil*, que sugere a diluição das garantias trabalhistas, até então dirigidas pelo ideal dos direitos universais, a serem incluídas agora nas negociações contratuais coletivas.<sup>24</sup>

Trata-se de metas privadas de bem-estar social, na medida em que as áreas de intervenção, as finalidades dos serviços e a definição dos públicos assistidos não são fruto de tímidas práticas de diálogo ou negociação direta com atores sociais (trabalhadores, população local, sindicatos, agências do poder estatal).<sup>25</sup> Frente aos contextos internacionais (USA e UE), há certa resistência por parte das empresas, no Brasil, de se envolverem diretamente na reversão da relação assimétrica entre a acumulação de riqueza e o bem-estar geral, assimetria que elas próprias fomentam. O que parece claro é que as empresas, mesmo realizando programas e serviços de assistência social, mantêm uma postura impermeável ao diálogo junto aos trabalhadores. Poderíamos até afirmar que é ainda muito arraigada e difusa a crença de que a empresa é uma estrutura autocrática, uma ilha

sociotécnica, um sistema relativamente autônomo de governo.

No âmbito da União Européia, o uso do conceito de responsabilidade circula nos ambientes empresariais com um novo marco regulatório que reitera o fortalecimento de propostas em circulação, já estabelecidas ao longo da história das relações entre empresas, estado nacional e sociedades locais. É justamente essa tentativa política que fortalece a crítica sobre a autonomia da gestão das empresas, sugerida pelo mercado dos acionistas e investidores. É uma tentativa que busca reordenar a política de bem-estar que foi colocada em risco, fragilizada pela prática de abandonar os pactos com as conquistas sindicais dos trabalhadores.

Os lemas de maior transparência administrativa e financeira aliam-se às solicitações de que as empresas saibam atender a exigências ambientais e a causas sociais. No âmbito da União Européia, o uso do conceito de responsabilidade começa a circular nos ambientes empresariais como um apoio à regulação social,<sup>26</sup> de forma a fortalecer a proposta já em voga ao longo da história das políticas do Estado Social (Castel, 1995). Essa preocupação, já presente no fim da década de 1960, é reiterada hoje, por ter de atualizar e reforçar, sob nova plataforma discursiva, as exigências já conquistadas, mas hoje fragilizadas pelos ajustes à concorrência internacional e pelos recentes comportamentos de externalização (escolha de outros contextos territoriais de produção e de mercado) de muitas empresas européias. Nesse contexto, parece claro que a plataforma de maximização dos lucros, fomentada pelo maior poder dos investidores na gestão das empresas, fez alentar a agenda do desenvolvimento e bem-estar. É justamente essa tentativa política de reaproximar os desafios do crescimento do bem-estar que evidencia o quanto é

<sup>24</sup> A reforma constitucional foi enviada ao Ministério do Trabalho e apresentada para a *Comissão de Assuntos Sociais do Senado Federal*, desde 1997. Com isso, abria-se um campo para se negociar uma série de encargos, especialmente aqueles dos capítulos referentes à remuneração do tempo não trabalhado: férias, abono de férias, 13º salário, descansos remunerados, etc. Nessa negociação, nada garante que eles serão mais baixos ou mais altos do que os atuais.

<sup>25</sup> Relembramos que, para O. De Leonardis, a trajetória do *Welfare State* oferece um legado ao estatuto público das políticas sociais. Para a autora, isso se expressa pelo fato de a formulação das políticas sociais fazer referência, sobretudo, a processos e planejamentos que alimentam o debate das questões a serem assumidas coletivamente, dos fins, dos significados, das escolhas e dos interesses em jogo (Leonardis, 1999).

<sup>26</sup> Referirmo-nos à regulação como: "o processo dinâmico de adaptar a produção e a demanda social, que resultam da conjugação de ajustes econômicos associados a uma configuração de formas institucionais. Num sistema dominado pela lógica do mercado, e as relações capitalistas, o sucesso da regulação pode ser medido pela atitude de guiar e canalizar o processo de acumulação, e conter os desequilíbrios." (Boyer, 1986, p.17).

explícito o desejo, por parte das diretrizes da UE, de reordenar os processos que têm reduzido a coesão social: a expansão internacional das privatizações e a liberalização do mercado.

Recuperando as atitudes empresariais que visam a responder às necessidades da sociedade, dever-se-ia afirmar que a responsabilidade social é um lema que se molda às interpretações sociopolíticas em vários espaços, nacionais e multilaterais. O lema de responsabilidade social sugerido na União Européia acentua o fomento de emprego de qualidade, a ampliação de cuidados contra práticas não discriminatórias de recrutamento, a salvaguarda dos direitos trabalhistas, o aprimoramento da profissionalização, a modernização dos processos de produção, a parceria e o diálogo social de desenvolvimento local. No contexto brasileiro, essas metas parecem pouco enfatizadas. As práticas filantrópicas nem sempre conseguem superar o imediatismo das proposições assistenciais e corrigir seu instável e irregular alcance social.<sup>27</sup>

É interessante acompanhar e detalhar, tendo como pano de fundo o contexto internacional, a maneira como as instituições econômicas brasileiras se dispõem a alterar sua cultura autocrática, redefinindo-se entre os muitos atores sociais que, na sociedade contemporânea, inovam sua responsabilidade no seio da regulação social pública.

Recebido para publicação em setembro de 2007  
(Aceito em novembro de 2007)

## REFERÊNCIAS

- ABEL, O. La responsabilité incertaine. *Esprit*, Paris, n.11, nov., 1994.
- BERLE, Adolf; MEAN, G. *The Modern Corporation and private propriety*. New York: Harcourt Brace & World, 1968.
- BOYER, R. *La flexibilité du travail en Europe*. Paris: Editions La Découverte, 1982.
- <sup>27</sup> Lembramos a ênfase específica registrada no Livro Verde: "Através da sua participação no desenvolvimento local e em estratégias ativas para o mercado de trabalho, mediante o seu envolvimento em parcerias locais de emprego e/ou de inclusão social, as empresas podem mitigar o impacto social, a nível local, de ações de reestruturação de larga escala" (União Européia, 2001, p.11).
- BRANDT, E., Nepal. *Public Relations Journal*. New York, p. 12-15, 1968.
- CAPPELLIN, P.; GIULIANI, G.M. *A economia política da responsabilidade social e ambiental nas empresas no Brasil*. Programme on Technology, Business and Society, Paper n.14. Geneva: UNRISD/UFRJ, 2006 (versão em português). Disponível em: [www.unrisd.org](http://www.unrisd.org). Acesso pelo nome dos autores.
- \_\_\_\_\_. *et al.* As organizações empresariais brasileiras e a responsabilidade social. In: \_\_\_\_\_. KIRSHNER, A.; GOMES, E. (Orgs) *Empresa, empresários e globalização*, Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- \_\_\_\_\_. DELGADO, D.; SOARES, V. As grandes empresas no Brasil: relações de gênero, trabalho e igualdade de oportunidades. In: TERCER CONGRESO INTERNACIONAL DE LATINOAMERICANISTAS EN EUROPA. Amsterdam: 2002. (mimeo.)
- CARROLL, A. B. *Corporate social responsibility evolution of a definitional construct*. Boston: Business & Society, 1999.
- \_\_\_\_\_. Three dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, New York, n.4, 1979.
- \_\_\_\_\_. *Business and society, managing corporate social performance*. Boston: Little Brown, 1981.
- CASTEL, R. *As metamorfoses da questão social. Uma crônica do salário*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. *Livro Verde: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas, 2001. Disponível em: [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/social/csr/csr\\_index.htm](http://europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/csr_index.htm)
- FREDEICK, W., The growing concern over business responsibility. Califónia: *Management Review*, 1960.
- GALLINO, L. *L'impresa irresponsabile*. Torino: Einaudi, 2005.
- HIRSCHMAN, A. *Saida, voz e lealdade*. S. Paulo: Perspectiva, 1970.
- LEONARDIS, de Ota. *In un diverso Welfare. Sogni e incubi*. Milano: Feltrinelli, 1998.
- KAUFMAN, A.; ZACHARIAS, L.; KARSON, M. Managers versus Owners. In: *The struggle for corporate control in American democracy*. Nova York: Oxford University Press, 1985.
- PELIANO, Anna Maria T. (Coord.) *A iniciativa privada e o espírito público*. Brasília: IPEA, 2001.
- RICOEUR, P. Le concept de responsabilité. Essai d'analyse sémiotique. *Esprit*, Paris, n.11, nov., 1994.
- SAINSAULIEU, R. *et al.* Vers une théorie sociologique de l'entreprise. *Sociologie du Travail*, Paris, n. 3, mai, 1986.
- TOURAINÉ A. *Critique de la modernité*. Paris: Fayard, 1992.
- UNIÃO EUROPÉIA. *European business declaration against social exclusion, 1995*. Disponível em: [www.csreurope.org/aboutus/social\\_exclusion\\_page393.aspx#Principles\\_of\\_an\\_overall\\_strategy](http://www.csreurope.org/aboutus/social_exclusion_page393.aspx#Principles_of_an_overall_strategy) em: [www.copenhagencentre.org/graphics/CopenhagenCentre/Publications/Partnership\\_Alchemy.pdf](http://www.copenhagencentre.org/graphics/CopenhagenCentre/Publications/Partnership_Alchemy.pdf)
- \_\_\_\_\_. *Carta dos Direitos Fundamentais, 2000*. Disponível em: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/oj/2000/c\\_364/c\\_36420001218pt00010022.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/oj/2000/c_364/c_36420001218pt00010022.pdf)
- \_\_\_\_\_. *Livro Verde: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas, 2001*. Disponível em: <http://europa.eu/scadplus/leg/pt/cha/c00019.htm>

UNIÃO EUROPÉIA. *CSR Europe.s response to the European Commission green paper for a European framework on CSR. Proposals for action, 2002*. Disponível em: [http://www.csreurope.org/uploadstore/cms/docs/CSRE\\_Green\\_paper\\_response.pdf](http://www.csreurope.org/uploadstore/cms/docs/CSRE_Green_paper_response.pdf)

\_\_\_\_\_. 2002 Disponível em: <http://europa.eu/scadplus/leg/pt/cha/c00019.htm>

\_\_\_\_\_. *Communication de la Commission. La responsabilité sociale des entreprises: une contribution des entreprises au développement durable*. COM (2002) n.347 final.

\_\_\_\_\_. Implementação da parceria para o crescimento e o emprego COM (2006), n.136, p.4-5.

\_\_\_\_\_. 2006. Disponível em: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2006/com2006\\_0136pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2006/com2006_0136pt01.pdf)

\_\_\_\_\_. 2007. Disponível em: [http://ec.europa.eu/employment\\_social/emplweb/csr-matrix/csr\\_matrix\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/employment_social/emplweb/csr-matrix/csr_matrix_en.cfm)

VOGEL, D. *Lobbing the corporation*. New York: Basic Books, 1978.

\_\_\_\_\_. Trends in shareholder activism 1970-1982. *California Management Review*, n.3, maio, 1983.