

Artigos



RACIONALIDADES SUBJACENTES ÀS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Osório Carvalho*
Janann Medeiros**

Resumo

Este artigo apresenta pesquisa que buscou entender a disseminação da responsabilidade social corporativa (RSC), sob a perspectiva das racionalidades instrumental e substantiva. Um estudo de múltiplos casos permitiu aprofundar a compreensão desse fenômeno, levando à identificação de categorias de observação e à geração de proposições para estudos posteriores. O marco teórico trata dos conceitos de corporação, racionalidade substantiva, racionalidade instrumental e responsabilidade social corporativa. O estudo interpretativo, que focou casos de quatorze corporações de sete setores da economia, identificou a predominância de elementos de racionalidade instrumental em suas ações de RSC, os quais demonstram o cálculo utilitário de tais iniciativas. As conclusões do estudo contribuem para um refinamento desse conceito e criam um modelo de análise que pode ser utilizado para avaliar discursos sobre RSC em outros tipos de empresa e contextos, além de aprofundar o nível teórico das discussões e suscitar questões inéditas sobre o tema.

Palavras-chave: Corporação. Responsabilidade social. Responsabilidade social corporativa. Racionalidade substantiva. Racionalidade instrumental.

Underlying Rationales to Corporate Social Responsibility Work

Abstract

This article presents research that sought to understand the spread of corporate social responsibility (CSR) from the perspective of instrumental and substantive rationality. A study of multiple cases enabled a deeper understanding of this phenomenon, leading to the identification of categories of observation and the generation of proposals for further studies. The theoretical framework was built on the concepts of corporation, substantive rationality, instrumental rationality and corporate social responsibility. The cases of fourteen corporations from seven different industries were analyzed. This analysis revealed the predominance of elements of instrumental rationality in the CSR initiatives undertaken, showing the underlying utilitarian calculation involved. Our findings contribute to refinement of the concept of corporate social responsibility and create an analytical model that can be used to evaluate discourse about CSR in other types of business organizations and other contexts, as well as contribute to deepening theoretical discussion and to raising new issues on the topic.

Keywords: Corporation. Social responsibility. Corporate social responsibility. Substantive rationality. Instrumental rationality.

* *Doutorando em Administração na Universidade de Brasília – UnB, Brasília/DF/Brasil. Endereço: Instituto Central de Ciências, ala norte, subsolo, módulo 25. Brasília/DF. CEP: 70910-900. E-mail: osorio.cd@gmail.com*

** *PhD em Administração Pública na University of Southern California (EUA). Professor Adjunto do Programa de Pós-Graduação em Administração da UnB, Brasília/DF/Brasil. E-mail: janann@unb.br*

Introdução

Neste estudo, investiga-se a disseminação do fenômeno da responsabilidade social corporativa (RSC) entre as corporações atuais, à luz dos conceitos de racionalidade instrumental e racionalidade substantiva, conforme definido por Mannheim (1962; 1973), Weber (2004) e Guerreiro Ramos (1981). O principal objetivo da pesquisa que originou este artigo foi o de identificar e explicar o tipo de racionalidade preponderante nas ações de responsabilidade social corporativa.

Ou seja, indo além de uma mera visão instrumental da disseminação da responsabilidade social corporativa, o estudo buscou trazer para a discussão a questão das racionalidades, uma vez que elas é que definem, desde o início, a direção em que vai a decisão humana (HABERMAS, 1984). Ou seja, a racionalidade deve ser entendida, antes de tudo, como a disposição dos sujeitos capazes de falar e de agir, de buscar um entendimento acerca do mundo, orientando-se “pelas pretensões de validade que estão assentadas no reconhecimento intersubjetivo” (HABERMAS, 2000, p. 437). Ao juntar os estudos sobre responsabilidade social corporativa às racionalidades instrumental e substantiva, o artigo introduz um novo método para avaliar tais iniciativas por parte das organizações, o que enriquece as discussões na área, posto que introduz teorias mais sólidas e aprofundadas sobre as razões da ação humana, considerando a influência das organizações modernas.

O problema que se buscou esclarecer, então, diz respeito às possíveis causas da disseminação rápida de ações de responsabilidade social corporativa entre as empresas brasileiras e se é possível vincular tais causas a ações fundamentadas em racionalidade substantiva ou instrumental.

Para tanto, identificou-se, por meio de análise documental, os discursos e ações vinculadas à responsabilidade social de corporações brasileiras com papéis negociados na Bovespa e que tivessem ações listadas no ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial. Procurou-se caracterizar o tipo de racionalidade predominante – instrumental ou substantiva – evidenciada, seja nos discursos — o dito e o não dito —, seja nas ações de responsabilidade informadas por essas empresas, e, finalmente, buscou-se apresentar explicações para os resultados obtidos.

Além de identificar e descrever os discursos de responsabilidade social corporativa de corporações brasileiras com papéis negociados na Bovespa, o artigo também tem o objetivo de conceituar corporação como ente independente das pessoas físicas que a compõem, conceituar racionalidade substantiva, racionalidade instrumental e responsabilidade social corporativa, identificar a presença de elementos da racionalidade substantiva e da racionalidade instrumental nos discursos de responsabilidade social dessas empresas, verificando a predominância desta ou daquela e, claro, buscar explicações para os resultados aferidos.

Responsabilidade Social Corporativa e Racionalidades Subjacentes

A responsabilidade social corporativa é defendida ou combatida por muitos autores, enquanto que outros buscam conceituá-la de maneira abrangente o suficiente para atender às duas correntes de pensamento a favor e contra. Em um dos extremos dessas respectivas correntes, pensadores como Friedman (2002), McGuire (1963), Davis (1960) e Backman (1975) defendem a ideia de que a responsabilidade social das organizações está vinculada a seus proprietários e é extensiva, no máximo, a seus empregados. No outro extremo, Manne e Wallich (1972), Steiner (1972) e Eels e Walton (1961) defendem que a responsabilidade social seja voluntária e abranja um escopo muito maior que aquele circundante da organização.

A preocupação com o papel social da empresa tem uma longa história. Quem pesquisar as origens deste conceito chegará às ideias de Robert Owen, empresário inglês que atuou no início do século XIX e colocou em prática ideias que viriam ser a base da preocupação social das empresas. A primeira menção explícita do termo res-

pensabilidade social, ligando-o ao mundo dos negócios, contudo, ocorreu em manifesto assinado por cento e vinte empresas inglesas, em 1942, cuja tônica versava sobre o equilíbrio entre os interesses públicos e dos acionistas (GOMES; MORETTI, 2007).

À medida que o tema foi sendo cada vez mais incluído no discurso e nas práticas das corporações, passou a receber atenção dos pesquisadores. Fazendo uma compilação do desenvolvimento histórico-conceitual da responsabilidade social corporativa, Scherer e Palazzo (2007) desenvolveram um modelo no qual são descritas cinco abordagens à responsabilidade social corporativa, denominadas por eles de: Positivista, Pós-positivista, Pós-moderna, Habermasiana Fase um e Habermasiana Fase dois. Essas abordagens estão resumidas no Quadro 1.

Quadro 1 – Abordagens à Responsabilidade Social Corporativa

Abordagem	Descrição	Característica
Positivista	A empresa não deve se preocupar especificamente com responsabilidade social.	A empresa é responsável somente perante seus acionistas e a lei. A empresa socialmente responsável é aquela que gera lucros e aumenta o retorno dos investimentos aos acionistas, que são considerados o alicerce da empresa e têm seu interesse voltado aos lucros gerados por meio de uma administração eficiente (FRIEDMAN, 2002).
Pós-Positivista	A empresa deve ter uma responsabilidade social destacada de suas operações.	Visão da estratégia que concilia o <i>triple bottom line</i> , sem alterar os fundamentos do sistema econômico em curso. <i>Triple bottom line</i> (ou <i>People, Planet, Profit</i>) se traduz nos resultados de uma empresa medidos em termos Sociais, Ambientais e Econômicos.
Pós-Moderna	A responsabilidade social corporativa é paradoxo.	Concentra-se em uma crítica das estruturas sociais estabelecidas. A responsabilidade social corporativa, nesta corrente, simplesmente não existe, por não ser da natureza das organizações. Organizações existem para exercer o poder (BORDIEU, 2000).
Habermasiana 1	As empresas devem ser socialmente responsáveis a qualquer custo.	Os autores desta abordagem não reconhecem suficientemente as restrições econômicas a que os tomadores de decisão nas empresas estão expostos, subestimando as implicações de lucrar nas sociedades de mercado e levando a concepções utópicas da coordenação das atividades de negócio (SCHERER; PALAZZO, 2007).
Habermasiana 2	A empresa deve ser socialmente responsável, mas os resultados econômico-financeiros são incluídos.	Democracia deliberativa na qual ambas as formas de coordenação da ação social — discurso ético e barganha econômica — são levadas em consideração. Teoria do Agir Comunicativo de Habermas (1984).

Fonte: adaptado de Scherer e Palazzo, 2007.

A cada uma das abordagens corresponde uma descrição e algumas características que tanto apontam a direção em que a responsabilidade social corporativa se desenvolveu ao longo do tempo, quanto indicam as trincheiras teóricas em que se aboletaram os pesquisadores desse campo do conhecimento.

Conforme demonstra o Quadro 1, as abordagens variam desde uma visão estritamente econômica da responsabilidade social corporativa, passando por uma visão crítica que diz ser impossível uma corporação ser socialmente responsável, desaguando, por fim, em abordagens que tentam conciliar as várias dimensões da responsabilidade das organizações, criando, conforme já mencionado, modelos que tentam conciliar as visões contra e a favor da responsabilidade social corporativa. Nenhum dos modelos discutidos por Scherer e Palazzo inclui considerações de racionalidades subjacentes, como será feito neste artigo.

Carroll (1979) sugeriu que as atividades de negócios devem preencher quatro responsabilidades principais, tratadas para fins do presente estudo como quatro dimensões de responsabilidade social corporativa. São estas, em ordem decrescente de prioridade, as responsabilidades: Econômica, Legal, Ética e Filantrópica.

A Responsabilidade Econômica envolve as obrigações das empresas de serem produtivas e rentáveis. Segundo Carroll (1979), a primeira e mais importante dimensão de responsabilidade social corporativa é econômica por natureza. Antes de qualquer coisa, a instituição de negócios é a unidade econômica básica de nossa sociedade. A Responsabilidade Legal, ou dimensão legal da responsabilidade social, trata da necessidade de corresponder às expectativas da sociedade de que as empresas cumpram suas obrigações de acordo com o arcabouço legal existente. A Responsabilidade Ética refere-se ao fato de que as empresas devem ter um comportamento apropriado de acordo com as expectativas existentes entre os membros da sociedade. Finalmente, a Responsabilidade Filantrópica envolve reconhecer a necessidade das empresas, como elementos que integram a sociedade, estarem ativamente envolvidas na melhoria do ambiente social.

Melo Neto e Brennand (2004) buscaram contemplar todas essas dimensões em apenas uma definição ao afirmarem que responsabilidade social corporativa é aquela em que as empresas respeitam compromissos com empregados, acionistas e outros *stakeholders* e que exercem uma gestão ética, transparente e responsável de seus negócios. Segundo os autores, uma empresa seria socialmente responsável quando cumpre suas obrigações para com o governo e atua como agente de desenvolvimento sustentável, de fomento da cidadania e promotora da qualidade de vida e do desenvolvimento individual e coletivo das diversas comunidades com as quais manterá vínculos e da sociedade como um todo. Esta última dimensão da responsabilidade social vai, portanto, além das funções básicas tradicionalmente esperadas da atividade empresarial.

Para ajudar a situar a investigação do problema de interesse e entender as explicações dadas pelo artigo, outra definição importante é a de corporação como ator social juridicamente distinto das pessoas que a compõem. A corporação, tal como definida aqui, existe como uma entidade separada e distinta dos indivíduos que a criaram ou que com ela estão envolvidos. Como o próprio tema diz, a análise feita neste trabalho trata da responsabilidade social *corporativa*, a responsabilidade social *da corporação*, sendo ela vista como uma associação de pessoas com identidade coletiva diversa da de seus componentes humanos (MICKLHETHWAIT; WOOLDRIDGE, 2003).

Corroborar com isso o estudo de Krakman *et al* (2004) que demonstra que a característica definidora de uma corporação é sua independência legal das pessoas que a criaram. Os autores acrescentam que, a despeito de não serem pessoas naturais, as corporações são reconhecidas pela lei como tendo direitos e responsabilidades como pessoas reais. Corporações podem exercer direitos humanos, e elas podem ser responsáveis por violações de tais direitos. Corporações podem nascer e morrer e podem até mesmo serem condenadas por crimes como fraude e homicídio (BLUMBERG, 1993). Isso leva a uma das proposições fundamentais deste artigo: se as corporações podem exercer direitos e podem assumir responsabilidades distintas e independentes de seus proprietários e empregados, a racionalidade que guia a empresa pode não ser a mesma que guia seus proprietários e administradores como pessoas naturais. Ou seja, as corporações podem ter uma racionalidade exclusiva, separada das pessoas que a compõem.

No presente trabalho, a conceituação adotada para as racionalidades segue o modelo preconizado por Weber (2004) como a base de sua compreensão, além das discussões de Ramos (1981); Mannheim (1946; 1973); Habermas (1984; 1991); Serva (1993; 1997a; 1997b); e Serva e Andion (2006).

Na visão de Mannheim (1973), existiriam dois tipos de racionalidade: a Racionalidade Funcional, que visa aos fins a serem alcançados, e a Racionalidade Substancial, que seria baseada na consciência individual da relação entre os fatos, voltada para a compreensão da realidade e a busca da liberdade. A racionalidade formal de Weber (2004) – chamada por Mannheim (1973) de racionalidade funcional – configura a articulação ou relação entre as ações para que os objetivos predeterminados sejam atingidos, ou seja, prevalece a relação entre os meios e os fins. Não há questionamentos sobre a qualidade intrínseca das ações, mas seu maior ou menor concurso, numa série de outros, para atingir um determinado fim. Assim, a ação racional depende,

ainda, da existência de certos significados sociais compartilhados e não somente da iniciativa voluntária e autônoma de um indivíduo, ponto de vista este compartilhado por Mannheim (1973), que também defende a existência de uma racionalidade funcional, modelada pela realidade social em que o homem está inserto.

Weber (2004) estruturou em sua obra sociológica quatro tipos de racionalidade humana: teórica, formal, prática, e substantiva. Três desses tipos se relacionam, diretamente, com a ação social. Uma, a racionalidade teórica, envolve mais o consciente domínio da realidade mediante a construção de conceitos abstratos e precisos do que é a ação social, e por isso não foi mais aprofundada neste trabalho. Kalberg (1980) explica que as racionalidades formal e prática levam à ação social de tipo instrumental, que busca determinados fins práticos e calcula a maneira mais conveniente para lidar com as dificuldades presentes.

Parece ser esta a racionalidade tratada como instrumental por pensadores como Guerreiro Ramos (1981) e Habermas (1984). Em contraste com a tendência da racionalidade prática de calcular e resolver problemas rotineiros por padrões de ação calcados no autointeresse pragmático, a racionalidade formal, também construída na base de cálculos meio-fim, se caracteriza pela ação feita na base de referência a regras, regulamentos e leis impessoais, de aplicação universal e não particular (KALBERG, 1980).

Também imprescindíveis para a compreensão das análises e conclusões desta pesquisa são os trabalhos de Serva (1997a; 1997b), que fizeram a ponte entre o trabalho de Guerreiro Ramos e a Teoria da Ação Comunicativa elaborada por Habermas. Em seu trabalho, Serva (1997a) buscou analisar a presença da racionalidade substantiva na prática administrativa e instituiu mecanismos teóricos que poderiam aferir a presença dos tipos de racionalidade presentes nas ações das organizações. Serva (1997b) realizou estudos empíricos em três empresas de serviços, buscando identificar em que medida essas racionalidades se apresentavam em seus processos administrativos. Os resultados das pesquisas do autor demonstraram que nas três organizações, em um grau maior ou menor, os dois tipos de racionalidades estavam presentes. Essa mistura das racionalidades nas organizações torna, então, “crucial a questão da predominância” deste ou daquele tipo de racionalidade (SERVA; ANDION, 2006, p. 16).

Segundo Serva (1997a), a identificação das duas racionalidades e a detecção da predominância de uma delas pressupõem a comparação entre os seus indicadores. O primeiro passo para comparar configurações distintas seria defini-las de forma clara, bem como seus elementos constitutivos. Serva (1997a) sugere indicadores que permitiriam identificar ações de racionalidade instrumental e substantiva por meio do discurso (dito e não dito) e pela análise das ações – propósitos e resultados – (SERVA 1997a). Estes indicadores sugeridos por Serva foram a base dos códigos e categorias utilizados para a análise categorial realizada sobre os documentos escolhidos para o estudo.

A fim de reduzir a confusão sobre as diferentes denominações para os tipos de racionalidade, conforme os autores citados aqui, o artigo adota sempre as formas ‘racionalidade instrumental’ (ou formal, ou funcional) e ‘racionalidade substantiva’ (ou substancial).

Aspectos Metodológicos

Utilizou-se, na pesquisa aqui relatada, o método de estudo de múltiplos casos (YIN, 2001). Optou-se por esse método, pois ele permite a análise intensiva de um número relativamente pequeno de situações, sendo dada ênfase à completa descrição e ao entendimento do relacionamento dos fatores de cada situação, não importando os números envolvidos (BOYD; STASCH, 1985). Com o uso de estudo de caso, pode-se apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de casos concretos, mediante um mergulho profundo e exaustivo no objeto delimitado (MARTINS, 2008).

Para entender a racionalidade predominante subjacente às ações de responsabilidade social corporativa, foram analisados os discursos e ações de responsabilidade social corporativa de quatorze corporações brasileiras com papéis negociados na

Bovespa e que tivessem ações no ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial, da própria Bolsa de Valores.

Nesta análise, partiu-se da premissa de que os discursos de interesse, embora certamente elaborados por pessoas físicas, foram aprovados para publicação por meio de processos decisórios próprios às respectivas corporações. Da mesma maneira, as ações realizadas em nome da empresa refletem, também, decisões tomadas por meio de processos decisórios próprios à corporação. São entendidos, portanto, como discurso e ações da corporação como coletividade e não de membros específicos da corporação. Ressalta-se que para capturar o não-dito nos discursos oficiais, fontes terceiras e relatórios técnicos das empresas tiveram que ser consultados e confrontados com os discursos oficiais, a fim de realizar a interpretação necessária do fenômeno, evitando, assim, uma visão superficial do real significado das ações e projetos de RSC das empresas estudadas.

Sendo a escolha dos casos essencial em estudos de casos para a construção de teorias (EISENHARDT, 1989), optou-se por trabalhar com empresas com ações listadas na Bolsa de Valores de São Paulo, instituição que congrega as corporações do Brasil. Neste sentido, buscando delimitar claramente os casos a serem estudados, foi realizada uma análise prévia das 554 empresas então listadas na Bovespa (ano de 2010) e, dentre elas, aquelas que tinham ações de responsabilidade social mais destacadas. Para isso, foram consideradas as empresas que pertenciam ao 'Em Boa Companhia', programa de incentivo a ações de responsabilidade social da Bovespa e aquelas que tinham ações listadas em carteiras do ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa.

Do cruzamento das empresas constantes nas duas listas, restaram 88 empresas, número ainda demasiado grande para a realização de um estudo de caso (RAGIN, 1987). Optou-se, em um primeiro momento, por trabalhar com o grupo mais numeroso dentre aquelas mencionadas, ou seja, empresas do setor de energia elétrica. Posteriormente, a fim de estender o estudo a setores com outras características, e considerando as restrições supramencionadas, foi escolhida uma empresa de cada um dos outros seis setores com maior número de empresas com ações listadas no ISE: Papel e Celulose, Bancário, Metalúrgico, Varejista, Transporte Aéreo e Cosmético – chegando-se a um total de quatorze corporações.

Para essas quatorze companhias, foram elencadas as múltiplas ações e práticas de responsabilidade social corporativa reportadas, além de outras ações, práticas e discursos encontrados em diversos outros documentos das companhias e, também, produzidos por terceiros, como órgãos de controle, imprensa livre, organizações não-governamentais e paraestatais.

Tendo como base os tipos de ação a que cada racionalidade conduz, foi criada, em conformidade com o marco teórico, uma série de códigos e suas respectivas descrições, como consta no Quadro 02.

Quadro 2 - Categorias e Códigos da Análise de Conteúdo

Código	Categoria	Descrição da Categoria
INS-IM	Imagem	Código de racionalidade instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso, melhorar a imagem da organização perante os <i>stakeholders</i> .
INS-LG	Legal	Código de racionalidade instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.
INS-LT	Legitimidade	Código de racionalidade instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.
INS-DS	Desempenho	Código de racionalidade instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, bem como aumento na produtividade.
INS-MX	Maximização	Código de racionalidade instrumental e que indica ações que visem à maximização dos recursos sem questionamentos éticos no tratamento dos recursos.

– Continua –

INS-ES	Estratégia	Código de racionalidade instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.
INS-MK	Marketing	Código de racionalidade instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de <i>marketing</i> institucional.
SBS-VO	Valores	Código de racionalidade substantiva e que indica ações voluntárias que, embora tenham fins, não se baseiam neles e sim em valores, conforme definido por Serva (1993), que são valores de mudança e aperfeiçoamento social nas direções do bem-estar coletivo, da solidariedade, do respeito à individualidade, da liberdade e do comprometimento, presentes nos indivíduos e no contexto normativo do grupo.
SBS-JU	Juízo	Código de racionalidade substantiva e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).
SBS-SO	Sociedade	Código de racionalidade substantiva e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.
SBS-EQ	Equilíbrio	Código de racionalidade substantiva e que indica que as ações são dirigidas por princípios inter-relacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calçadas em identidade de valores.
SBS-NA	Não-Avaliação	Código de racionalidade substantiva e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.
SBS-AS	Avaliação Social	Código de racionalidade substantiva e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Fonte: construção própria.

Esses códigos passaram a funcionar como marcadores nos textos analisados, visando quantificar a maior ou menor incidência das racionalidades consideradas nos discursos analisados, conforme interpretação teórica dada a cada discurso. Assim, os discursos, além do uso das técnicas de análise de conteúdo que buscam extrair o não dito, foram confrontados com ações percebidas por meio de relatórios internos e externos (independentes) e outras informações vinculadas a tais ações.

Com isso, buscou-se construir a consistência do trabalho, com a criação de categorias teóricas e a definição de construtos que seriam testados por meio de sua detecção nos documentos analisados. Ressalta-se que se trabalhou com as premissas de que a racionalidade substantiva se associa com as dimensões Ética e Filantrópica, e de que a racionalidade instrumental se associa com as dimensões Econômica e Legal da responsabilidade social, conforme definidas por Carrol (1979).

Uma vez construído o modelo conceitual, foi realizada uma análise dos balanços sociais, documentos que relatam ações e projetos de responsabilidade social corporativa de cada empresa, informações obtidas no *site* da Bovespa, no *site* das empresas escolhidas e em seus balanços contábeis. Ao todo, foram analisadas 9.660 páginas de 318 documentos diferentes, tanto gerados pelas quatorze empresas, quanto por reportagens da imprensa livre, órgãos públicos ligados aos setores estudados e, também, outras pesquisas acadêmicas sobre o tema.

Na análise de conteúdo, privilegiaram-se procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, incluindo tanto o dito quanto o não dito. Obtiveram-se, assim, indicadores quantitativos que permitiram a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2009), ou seja, o escrito retrata o não-escrito, por meio da interpretação do discurso explícito, podendo-se estender isso à compreensão dos motivos por trás das ações de responsabilidade social corporativa das organizações estudadas. Cada uma das categorias foi considerada mutuamente exclusiva em relação às demais, o que evitou zonas de sombras entre categorias e sua associação aos fenômenos detectados. Ou seja, se um fenômeno recebeu a marcação de instrumental, não receberia uma marcação de substantivo. O que vale é a *predominância* deste ou daquele tipo de racionalidade.

O estudo, embora o tenha considerado, não se limitou ao discurso oficial das empresas. Afinal, boa parte dos balanços sociais e outras publicações do tipo são, tradicionalmente, veículos publicitários com discursos formatados e com a função principal de reforçar a propaganda sobre as referidas ações. Nos balanços contábeis,

foram realizadas análises dos valores investidos, o público-alvo (público interno ou externo), se havia deduções fiscais ou não, se os valores investidos eram semelhantes aos valores gastos em publicidade e propaganda, quanto o investimento representava em relação à receita operacional e ao lucro líquido de cada empresa e se tais ações faziam parte dos planos estratégicos.

Foi analisado, até mesmo, o nível de endividamento de cada uma das corporações, ações sofridas na justiça e impetradas por ex-empregados, órgãos de controle sanitário e ambiental, previdência oficial, gestão do FGTS e recebedores das ações e projetos de responsabilidade social corporativa. Também foram analisadas notícias na mídia e realizadas análises de leis governamentais e incentivos fiscais e parafiscais relacionados, fazendo-se a respectiva marcação com os códigos e confrontadas estas análises com as análises dos discursos oficiais das organizações.

Segundo Bardin (2009), considera-se discurso como a prática social de produção de textos cuja análise leva em consideração seu contexto histórico-social e suas condições de produção. Assim, o estudo discursivo considera, em suas análises, não apenas o que é dito (escrito) em dado momento, mas as relações que esse dito estabelece com o que já foi dito antes e, até mesmo, com o não-dito, atentando, também, para a posição social e histórica dos sujeitos e para as formações discursivas às quais se filiam os discursos (BARDIN, 2009).

Após a criação dos códigos e a marcação dos textos analisados, como apoio à comparação, foram utilizadas ferramentas de *cross-case displays* (MILES; HUBERMAN, 1994) para ordenar e explicar as relações encontradas. Segundo os autores, os estudos de múltiplos casos são úteis tanto para gerar explicações quanto testá-las sistematicamente, sendo o melhor recurso para avançar as teorias sobre a maneira em que o mundo funciona.

Eisenhardt (1989) afirma que técnicas de análise cruzada para a interpretação, em que se selecionam categorias teóricas e depois se buscam semelhanças (ou diferenças) entre elas diminuem a possibilidade de o pesquisador lançar-se a conclusões baseadas em dados limitados, negligenciar evidências desconfirmadoras de suas proposições e chegar a conclusões prematuras e, até mesmo, falsas. A seguir, são apresentados os resultados das análises realizadas.

Resultados das Análises

A partir da interpretação das ações de responsabilidade social corporativa, foi montado o Quadro 3, que apresenta um resumo dos tipos de racionalidade percebidos nos discursos analisados neste trabalho. Vale frisar: o quadro apresenta a interpretação das informações à luz das categorias teóricas criadas.

**Quadro 3 – Identificação de Racionalidades nos Discursos
– Análise Cross-Case**

EMPRESA	INSTRUMENTAL							SUBSTANTIVO						
	MX	MK	LG	ES	IM	DS	LT	VO	JU	SO	NG	EQ	NA	AS
Cemig	3	3	2	3	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Celesc	1	3	4	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0
CPFL	3	4	2	4	3	2	1	0	0	0	0	1	0	0
Coelce	12	3	1	16	14	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Copel	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Duke	2	2	3	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Energisa	1	3	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EDP	3	2	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Natura	6	12	0	8	12	4	0	9	0	2	0	5	0	0

– Continua –

TAM	6	8	3	10	9	3	0	0	0	0	0	0	0
Pão de Açúcar	15	10	5	8	12	8	0	2	0	6	0	0	0
Mahle	2	8	6	5	5	4	1	0	0	0	0	0	0
Bradesco	12	5	9	12	15	5	0	0	0	0	0	0	0
Celulose Irani	5	3	14	2	8	6	12	0	0	0	0	0	0
Total	71	66	48	81	94	34	18	11	0	8	0	7	0

Fonte: construção própria.

Ressalte-se, ainda, que o quadro foi montado não com base no ‘dito’, e sim no ‘não dito’, uma vez que todos os projetos analisados são apresentados oficialmente pelas empresas como de responsabilidade social corporativa. Consistente com os tipos de ação identificados, o quadro mostra uma grande concentração dos indicadores nas categorias teóricas de Maximização de Recursos (MX), Marketing (MK), *compliance* com a Legalidade (LG), além de Estratégia (ES), como seria de se esperar de corporações com práticas de governança e *disclosure* (exigências da CVM – Comissão de Valores Mobiliários) para a participação no mercado de valores mobiliários brasileiro.

Percebe-se, de maneira geral, uma predominância muito grande de ações instrumentais que se conectam à estratégia empresarial, ao *marketing*, ao cumprimento de deveres legais e à busca da legitimidade das empresas perante seu *stakeholders*, mesmo considerando a inclusão posterior das demais empresas dos outros setores considerados. Ou seja, a diferença entre os sete setores não evidencia a adoção de uma racionalidade diferente para nenhuma das empresas. Mas, há alguns destaques a serem realizados.

Mesmo considerando que são indicadores estritamente instrumentais, as ações que visam aumentar a satisfação, desempenho e produtividade dos empregados (INS-Desempenho) e as ações que visam dar legitimidade a uma organização perante seus pares (INS – Legitimidade) mostram-se em concentração bem menor que as demais dentre as empresas do setor energético, apresentando, também, um comportamento parecido entre as empresas dos demais seis setores incluídos a *posteriori* na análise.

Os únicos indicadores de ações de responsabilidade social corporativa baseadas em racionalidade substantiva percebidos pela análise do discurso no setor energético foram de ações dirigidas por princípios inter-relacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calçadas em identidade de valores (SBS-Equilíbrio), não sendo possível a detecção de quaisquer outros.

Porém, comparando essa análise do setor energético com os resultados obtidos em empresas dos demais setores, percebe-se uma boa concentração do indicador SBS – Valores (nove ocorrências), e do indicador SBS – Equilíbrio (cinco ocorrências) nos discursos e ações da empresa Natura, além de uma concentração também razoável do indicador SBS – Sociedade nos discursos e ações do Grupo Pão de Açúcar. Chama a atenção aqui que são duas empresas de origem familiar e, à ocasião do estudo original, com forte influência de seus criadores sobre o dia a dia da gestão (GONÇALVES, 2000). Ou seja, nos dois casos, poder-se-ia inferir que as racionalidades dos proprietários influenciam mais as ações corporativas, deixando perceber em tais ações uma maior participação da racionalidade substantiva.

Essa postura pode ser percebida em um projeto da Natura chamado de ‘Uso Sustentável da Biodiversidade’, em que a empresa abre mão de processos menos custosos e mais rápidos, para incluir entre seus fornecedores 25 comunidades, das quais participam 2.301 famílias distribuídas pelas regiões Norte, Nordeste, Sudeste, Sul do Brasil e, até mesmo, no Equador. Com orçamento de R\$ 8,7 milhões em 2010, o projeto chega a repassar valores a comunidades simplesmente para que elas reduzam a exploração desmedida dos recursos biológicos locais. Esta postura parece esboçar bem os valores que a empresa divulga, o que poderia ser explicado pela origem e controle familiar, questão que merece ser investigada com mais profundidade em futuras pesquisas.

Caso parecido é o projeto de ‘Sacolas Retornáveis’ do Grupo Pão de Açúcar. O projeto oferece uma alternativa prática e ecologicamente correta para o envase de

compras. São sacolas feitas de TNT (tecido-não-tecido) e estampadas com a imagem de animais ameaçados de extinção. O lucro da venda de tais produtos é revertido para os projetos ambientais da Fundação S.O.S Mata Atlântica, que tem grande respaldo social.

No entanto, mesmo no caso dessas duas corporações, havia forte concentração em quesitos que indicaram racionalidade instrumental – 71% da frequência no caso de Natura e 88% no caso de Pão de Açúcar. Nas demais empresas, o perfil se aproxima ainda mais ao das empresas do setor energético, conforme pode ser notado no Quadro 3. Para as empresas, de modo geral, evidencia-se a concentração no discurso e ações dos indicadores de racionalidade instrumental.

No caso da responsabilidade social corporativa ambiental, conforme se percebe pelo arcabouço legal que regulamenta o setor no Brasil, as companhias energéticas têm obrigações legais (código INS-Legal) de repor à natureza e à sociedade parte daquilo que é tomado pela instalação de seus equipamentos. Neste sentido, também chama a atenção o fato que, dos 18 projetos avaliados no caso da Celulose Irani, dez são projetos voltados à área ambiental, em clara demonstração de como a empresa recorre a ações de RSC que contemplem aspectos Legais (INS – Legal) e a busca da legitimidade (INS – Legitimidade) junto às comunidades em que atua, tendo em vista a associação da imagem de sua atividade principal ao desmatamento. Foram quatorze e doze evidências encontradas, respectivamente, ou mais de 50% do total de evidências encontradas para todas as categorias no caso da Celulose Irani.

Outra evidência do tipo de racionalidade subjacente ao discurso detectado foi obtida pela análise dos tipos de ações de responsabilidade social corporativa, considerando as áreas em que as companhias investem e relatam em seus balanços sociais. Analisando todos os balanços foi possível classificar as assim chamadas 'ações de responsabilidade social' corporativa em Internas (capacitação, saúde dos empregados, previdência e segurança); e Externas (ambiental, cidadania, educação, cultura e eficiência energética.)

Quando se considera apenas as informações oficiais das empresas – o dito – fica muito difícil detectar o tipo de racionalidade relacionado a essa tipologia proposta. Mas, ao se avaliar, por exemplo, os valores investidos em cada tipo e relacionar tal informação com outras informações, como o desempenho operacional, número de multas e processos de órgãos, como o IBAMA e o ICMBio, planejamento de treinamentos e outros, percebe-se a vinculação maior ou menor de cada ação a propósitos vinculados ao Planejamento Estratégico (INS – Estratégia) ou ao *Marketing* (INS – *Marketing*), de maneira que, conforme necessidade da organização, a maior parte de seus orçamentos é investida em ações de RSC que possam influenciar positivamente o fenômeno detectado, emergindo assim o não dito.

De maneira geral, foi evidenciado pela análise dos relatórios corporativos que empresas que apresentam problemas de desempenho ou têm metas muito ambiciosas de crescimento investem mais em ações de responsabilidade social corporativa internas, enquanto que empresas que vêm apresentando bom desempenho operacional e estão em mercados de crescimento mais difícil (setor aéreo, por exemplo) investem mais em ações de responsabilidade social corporativa externas.

No caso das empresas públicas do setor de energia, evidencia-se que a preponderância dos projetos empreendidos e dos valores despendidos está direcionada a ações de responsabilidade social corporativa externas, e que tais ações atrelam-se a iniciativas dos governos que as controlam. Novamente, percebe-se o não dito em quaisquer relatórios oficiais das empresas, ou seus projetos de RSC.

Da análise da Tabela 1, que lista os percentuais de cada um dos tipos de ação, pode-se tirar algumas inferências. A grande concentração das ações de responsabilidade social corporativa das companhias está nas áreas ambiental (20,68%), educação (17,02%) e cultural (13,61%), que são aquelas que mais oferecem benefícios fiscais, ou envolvem o cumprimento de obrigações legais; somados os valores ligados a ações de Educação e Capacitação Profissional, estas compõem a maior quantidade de ações. Ou seja, as organizações analisadas gastam a maior parte de seus recursos em ações de responsabilidade social corporativa na formação de *stakeholders* diversos.

Tabela 1 – Quantidade de Ações de RSC por Área de Atuação

Áreas de Atuação das Empresas	Número de Projetos	%	% Acumulado
Ambiental	79	20,68%	20,68%
Educação	65	17,02%	37,70%
Cultural	52	13,61%	51,31%
Cidadania	46	12,04%	63,35%
Capacitação profissional	16	4,19%	67,54%
Saúde	36	9,42%	76,96%
Comunidade	48	12,57%	89,53%
Outras	18	4,71%	94,24%
Esporte	22	5,76%	100,00%
Total	382	100,00%	-

Fonte: construção própria, a partir do *site* www.bovespa.com.br e *sites* das companhias).

A Tabela 2 mostra o valor investido em ações de RSC. Nela, se observa o mesmo comportamento: um valor médio mais acentuado nas ações de capacitação profissional. Conforme pode ser verificado na análise dos detalhes dos balanços das companhias, a maior parte dos valores investidos em educação está ligada à educação de seus empregados, valores que se juntam aos dispêndios na rubrica de capacitação profissional (4,19% do total gasto) para formar o capital investido em treinamento e desenvolvimento de profissionais, ou prospectivos profissionais.

Tabela 2 – Valor Investido por Tipo de Ação de RSC

Áreas de Atuação das Empresas	Número de Projetos	Valor (R\$)	Valor Médio
Ambiental	79	238.608.000,00	3.020.354,43
Educação	65	163.392.000,00	2.513.723,08
Cultural	52	120.672.000,00	2.320.615,38
Cidadania	46	115.584.000,00	2.512.695,65
Capacitação profissional	16	80.224.000,00	5.014.000,00
Saúde	36	90.432.000,00	2.512.000,00
Comunidade	48	80.672.000,00	1.680.666,67
Outras	18	45.216.000,00	2.512.000,00
Esporte	22	25.296.000,00	1.149.818,18
Total	382	960.096.000,00	-

Fonte: construção própria (www.bovespa.com.br e sites das companhias).

Um estudo realizado por Barros e Mendonça (1997) demonstrou que a educação e capacitação profissional, além dos impactos para a sociedade como um todo, representam benefícios diretos e indiretos para as empresas, seja em relação a crescimento econômico (15% a 30% de crescimento), seja em relação ao aumento na qualidade da mão de obra (10% a 15%). Denota-se, neste caso, a categoria Maximização de Recursos – código INS-Maximização, posto que as empresas buscam, assim, aumentar seus retornos diretos e indiretos por meio de empregados melhor treinados e mesmo uma comunidade mais bem preparada para fornecer a necessária mão de obra futura. Mais uma vez, emerge o não dito pelas empresas.

É de se ressaltar, também, que as ações ambientais aparecem com a maior quantidade e o maior valor gasto, apresentando o segundo maior valor médio em Reais investidos. Explica-se isso pela forte atuação das empresas dos setores energético e de celulose e papel em ações de responsabilidade social corporativa no segmento ambiental.

Configuram-se, assim, as categorias Legal – código INS-Legal, denotando preocupação com a legislação ambiental e legislação de incentivo à educação; Imagem – código INS-Legitimidade, denotada pelo gasto expressivo com ações culturais, que

possibilitam *merchandising* e 'propaganda' institucional; e maximização de recursos – código INS-Maximização, por meio de ações de capacitação profissional, cidadania e saúde, tendo em vista que tais ações, usualmente, resultam em empregados mais qualificados, menos gastos com reparação de problemas médicos, licenças e afastamentos e mau-uso dos equipamentos das companhias.

No caso dos dispêndios em responsabilidade social corporativa cultural, conforme já demonstrado, trata-se de um dos setores que mais recebem incentivos governamentais na forma de isenção ou redução de impostos, como o Imposto de Renda a ser abatido nas ações culturais sob os auspícios da Lei Rouanet. Denota-se aqui a categoria *Marketing* – código INS-*Marketing*, categoria Imagem – código INS-Imagem, e mesmo Maximização de recursos – código INS-Maximização.

O Quadro 4 apresenta a estrutura societária das empresas, em comparação com o tipo de ação de responsabilidade social predominante, permitindo inferir que as empresas com maioria de ações de propriedade de Governos Estaduais atuam, fortemente, na implementação de políticas públicas, incluindo tais ações em suas estratégias empresariais por meio da responsabilidade social corporativa. Destaca-se o caso da COELCE, que encaixa *todas* as suas ações de responsabilidade social corporativa como apoio a políticas públicas do Governo Estadual. Isso demonstra, claramente, a presença das Categorias Legal e Legitimidade, no sentido de que tais organizações poderiam ser sancionadas por seus controladores, em caso de não participação.

Quadro 4 – Comparação entre Estrutura Acionária e Tipo de Ações de RSC

EMPRESA	SETOR DE ATUAÇÃO	ESTRUTURA ACIONÁRIA	TIPO DE AÇÕES DE RSC
CEMIG	Energia	Controle público/ Nacional	Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC. Atuação ambiental.
CELESC	Energia	Controle público/ Nacional	Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC. Atuação ambiental.
CPFL	Energia	Controle Privado/ Nacional	Foco em educação e cultura. Forte atuação em setores em que é possível obter isenções ou abatimentos tributários.
COPEL	Energia	Controle público/ Nacional	Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC. Ações culturais.
COELCE	Energia	Controle público/ Nacional	Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC. Atuação muito vinculada à educação.
DUKE	Energia	Controle Privado/ Internacional	Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
ENERGISA	Energia	Controle Privado/ Internacional	Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
EDP	Energia	Controle Privado/ Internacional	Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
Natura	Cosmético	Controle Privado / Nacional	Foco no meio-ambiente e educação de fornecedores.
Bradesco	Financeiro	Controle Privado/ Nacional	Foco na educação de clientes e membros da sociedade em geral. Educação básica.
Mahle	Metalúrgico	Controle Privado/ Internacional	Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
Celulose Irani	Papel	Controle Privado/ Nacional	Foco no meio-ambiente, com ações junto a clientes, fornecedores e Governo.
Pão de Açúcar	Varejo	Controle Privado/ Internacional	Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
TAM	Aéreo	Controle Privado / Internacional	Foco nos clientes, fornecedores e Governo. Fortes ações culturais.

Fonte: construção própria.

Por outro lado, as empresas privadas preferem concentrar suas atuações em setores que produzam grande visibilidade, como os culturais e de educação, além de ações que envolvam clientes e fornecedores em programas que levem à redução de perdas, aumento da qualidade nos serviços e, até mesmo, redução de fraudes.

Percebe-se aí a presença de categorias como Estratégia, Marketing e, até mesmo, Imagem. O fenômeno é menos presente naquelas organizações que, embora privadas, atuam em setores sujeitos a concessões e regulação pública específica, como é o caso da CPFL e TAM.

Quando se compara as empresas privadas do setor energético com as dos outros setores, que também são privadas, percebe-se uma proximidade muito maior do que com as ações das empresas de controle público do mesmo setor. A exceção é a CPFL, que, todavia, teve origem no setor público, tendo sido posteriormente privatizada. Infere-se que a estrutura acionária pode ser mais determinante do tipo de ações de responsabilidade social corporativa do que o setor de atuação.

Outra associação possibilitada pelo Quadro 4 é dos tipos de ações de RSC ao tipo de controle acionário e origem de capital das respectivas empresas. Nota-se aqui que as empresas privadas nacionais e internacionais assemelham-se mais em suas ações entre si do que as empresas nacionais com controle privado e público. Pode-se inferir, novamente, que o tipo de controle acionário seria mais determinante do tipo de ações de RSC do que a localização de tal controle (nacional ou internacional).

É o que se pode inferir, por exemplo, de uma simples comparação entre ações da Celulose Irani (privado nacional) e a Energisa (privado internacional). Embora sejam de setores diferentes e produzam impactos diferentes, as duas empresas têm grande preocupação junto aos seus *stakeholders* (governo, clientes e fornecedores), mas atuam fortemente no setor ambiental.

O Quadro 5 apresenta a comparação entre as ações desenvolvidas pelas companhias. Em simples análise, pode-se perceber que há uma repetição dos tipos de ação.

Quadro 5 – Comparação entre os Tipos de Ação de RSC

		TIPO DE AÇÃO DE RSC						
		AMB.	CIDAD.	CAPAC.	CULT.	PREV.	SAÚDE	EFI. ENERG.
EMPRESA	CEMIG	X	X	X	X	X	X	X
	CELESC	X	X	X	X	X	X	X
	COELCE	X	X	X	X	X	X	X
	CPFL	X	X	X	X	X	X	X
	ENERGISA	X	X	X	X	X	X	X
	DUKE	X	X	X	X	X	X	X
	COPEL	X	X	X	X	X	X	X
	EDP	-	-	X	X	-	-	X
	TAM	X	X	X	X	X	X	-
	NATURA	X	X	X	X	X	X	X
	P. AÇUCAR	X	X	X	X	-	X	-
	MAHLE	X	X	X	-	-	-	-
	BRADESCO	X	X	X	X	X	X	-
C. IRANI	X	-	-	-	X	X	X	

Fonte: elaboração própria, a partir dos balanços contábeis de todas as companhias, 2009.

As evidências sugerem que são tomadas iniciativas que já funcionaram em outras companhias e essas práticas disseminam-se pelas demais. A imitação é uma característica de racionalidade instrumental, o que Dimaggio e Powell (1983) chamam de isomorfismo institucional – a similaridade entre os processos escolhidos para operação de empresas de uma mesma indústria e, até mesmo, de diferentes indústrias, ou isomorfismo mimético.

Falando de Isomorfismo mimético, os autores reconhecem que as organizações tendem a modelar-se em comparação a organizações similares que atuam em seus campos organizacionais (DIMAGGIO; POWELL, 1983, p. 152). Uma vez que as organizações emergem como um campo organizacional, seus atores racionais as fazem crescentemente similares à medida que tentam mudá-las, criando um processo histórico que esses dois autores chamam de mudanças homogeneizadoras.

Finalmente, o quadro 6 relaciona o tipo de ações de RSC à regulação a que estão submetidos os diversos setores. Embora Natura, Mahle, Celulose Irani e Pão de Açúcar também estejam regulados pela legislação brasileira em geral, é fato que as empresas do setor de energia, o Bradesco e a TAM sofrem a atuação direta de agências criadas especificamente para controlar suas ações, o que inclui, inclusive, a possibilidade de cassação da concessão para operar no Brasil.

Quadro 6 – Tipo de Regulação das Empresas Avaliadas

EMPRESA	REGULADOR	TIPO DE AÇÕES DE RSC
CEMIG	ANEEL	Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC.
CELESC		Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC.
CPFL		Foco em educação e cultura. Forte atuação em setores em que é possível obter isenções ou abatimentos tributários.
COPEL		Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC. Ações culturais.
COELCE		Foco no apoio a políticas públicas do Governo Estadual por meio de ações internas de RSC.
DUKE		Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
ENERGISA		Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
EDP		Foco nos clientes, fornecedores e Governo.
Natura	Nenhum Específico	Foco no meio-ambiente e educação de fornecedores.
Bradesco	BANCO CENTRAL	Foco na educação de clientes e membros da sociedade em geral. Educação básica.
Mahle	Nenhum Específico	Foco nos clientes e fornecedores.
Celulose Irani	Nenhum Específico	Foco no meio-ambiente, com ações junto a clientes, fornecedores e Governo.
Pão de Açúcar	Nenhum Específico	Foco nos clientes e fornecedores, com ações de educação.
TAM	ANAC	Foco nos clientes, fornecedores e Governo. Fortes ações culturais.

Fonte: construção própria.

O que se pode observar é que aquelas empresas (privadas e públicas) sujeitas a regulação específica e operando sob concessões públicas têm uma grande preocupação com ações que reflitam junto ao Governo (neste caso, o poder concedente e regulador). Isso ocorre no caso de TAM e de todas as empresas do setor de energia. A exceção é o Bradesco, cujo regulador (Banco Central) não constitui bem uma agência, embora desempenhe papel similar, inclusive exercendo o poder de cassar o direito à exploração comercial.

Novamente, se vê um comportamento instrumental associado ao tipo de regulação que as empresas sofrem. Aquelas que podem sofrer mais intervenção do Governo buscam ações que criem fatos positivos junto ao regulador, realidade que não se reflete naquelas empresas que não sofrem regulação específica.

Discussão dos Resultados

A pesquisa realizada evidencia que, por trás do discurso oficial, existem razões estritamente instrumentais que levam as organizações a aderirem ao movimento

pelo social. Essas razões subjacentes nem sempre são assumidas publicamente e, em sua maioria, não são esmiuçadas pelo mundo acadêmico. As empresas buscam cumprir requisitos legais, garantir legitimidade perante a sociedade, divulgar seus produtos, associar seus nomes a eventos bem-vistos pela sociedade, preparar mão de obra para as necessidades presentes e futuras e, até mesmo, educar os clientes atuais e prospectivos a utilizar seus produtos/serviços com o menor desperdício e o maior retorno possível.

Evidenciam-se, ainda, as diferenças entre o que as organizações pregam no discurso oficial e as práticas organizacionais percebidas pela análise dos diversos documentos incluídos na pesquisa (SOARES, 2004). O discurso oficial prima pela comunicação de elementos de filantropia e de preocupação com a sociedade, mas a análise da documentação pertinente mostra o comportamento estratégico, o cálculo prévio das ações e a tomada de decisão sempre dirigidas a ações que possam prover o maior retorno possível às organizações. As análises confrontam, assim, o dito e o não dito pelas empresas quando comunicam a RSC.

Este comportamento estratégico em relação à RSC é evidenciado, a princípio, pelo fato de que todas as empresas analisadas fazem contabilidade socioambiental. Segundo Kraemer (2005), a contabilidade socioambiental é a contabilização dos benefícios e prejuízos que o desenvolvimento de um produto ou serviço pode trazer ao meio ambiente e à sociedade. Em outras palavras, é o registro dos bens, direitos e obrigações ambientais e sociais de uma determinada empresa e suas respectivas mutações. Todas as companhias têm mecanismos estruturados para acompanhar, mensurar, registrar e comunicar todas as ações de responsabilidade social corporativa que consideram relevantes, podendo se considerar tal prática consolidada entre as empresas envolvidas.

Infere-se, portanto, que somente fazendo este controle, e tendo objetivos bem definidos, em típico padrão instrumental, é possível praticar a responsabilidade social corporativa de maneira sustentável, quando se considera, como neste estudo, que o principal ator é a corporação. Ou seja, infere-se que as corporações têm a obrigação de justificar que os gastos feitos contribuem, de alguma maneira, aos resultados da empresa. Os gestores não são os proprietários, precisam prestar contas a eles sobre a gestão de suas propriedades. Para prestar contas, têm que ter elementos para tanto.

Essas observações se encaixam nas dimensões Econômica e Legal da responsabilidade social corporativa, conforme definidas por Carrol (1979). Ao contrário do afirmado por Carrol (1979) de que a dimensão mais considerada pelas organizações é a Econômica, nesta pesquisa o primeiro parâmetro que as empresas analisadas buscam seguir, ao definir suas ações de responsabilidade social, foi o Legal: cumprir suas obrigações de acordo com o arcabouço legal existente e, principalmente no caso das empresas públicas, das operadoras de concessões e das reguladas por agências, nesta ordem, cumprir com a necessidade de atender aos anseios dos governantes controladores ou concessionários.

Esses resultados refletem o grupo de empresas pesquisadas, onde predominam empresas públicas e empresas que atuam em setores regulados. Mesmo assim, a dimensão Econômica está fortemente evidenciada. Os valores destinados a ações de responsabilidade social corporativa ou são incluídos em contas de investimento, ou em contas que permitam o abatimento no imposto de renda e/ou outros incentivos fornecidos pelo poder público, conforme o tipo de projeto em questão. Em todos os balanços analisados, há uma expectativa de retorno para a corporação, em função da ação de RSC que ela adotou.

Embora seja difícil identificar a dimensão Ética (vinculada, segundo Carrol [1979], a valores como bem e mal), percebe-se a presença da dimensão Filantrópica, na medida em que as organizações estão envolvidas ativamente na melhoria do ambiente social. Contudo, conforme demonstrado, os objetivos finais das organizações não são necessariamente tal melhoria, constatação que preocupa quando se pensa na sustentabilidade das ações de RSC em cenários econômicos mais adversos.

O fato é que a predominância das dimensões Econômica e Legal permite, até mesmo, simular a existência das duas outras dimensões, uma vez que ações vincu-

ladas a essas duas dimensões resultam em fatos que podem ser associados a razões Éticas e Filantrópicas, seja no discurso oficial, seja em análises acadêmicas pouco aprofundadas, conforme se pôde perceber ao longo da pesquisa bibliográfica realizada na montagem da pesquisa que deu origem a este artigo.

Como consta no Quadro 3, a análise dos dados da pesquisa identificou muito poucos indícios de racionalidade substantiva nos discursos ligados às ações de responsabilidade social corporativa das empresas estudadas. Por exemplo, analisando o indicador INS – Legal (categoria Legal), que indica ações tomadas para evitar sanções legais, percebe-se que essa preocupação existe, fundamentalmente, com as empresas do estudo que têm a maioria de suas ações em mãos da iniciativa pública (grande dependência do Governo), enquanto que as empresas da iniciativa privada têm grande preocupação com o marketing institucional e com sua imagem, conforme refletido nos indicadores INS – *Marketing* e INS – Imagem.

Tal constatação se encaixa de maneira muito justa à abordagem estratégica (ou teoria dos *stakeholders* em seu sentido mais amplo), posto que as organizações parecem estar utilizando a responsabilidade social corporativa como instrumento que permite ganhos múltiplos, ou o impedimento de perdas múltiplas, seja com imagem, seja ao evitar infrações legais, ou mesmo pela possibilidade de incorrer no desagrado da sociedade em geral. Essa constatação se alinha, também, com a abordagem pós-positivista descrita por Scherer e Palazzo (2007) e com o observado por Gomes e Moretti (2007).

É importante frisar, novamente, que todas as empresas inserem as ações de responsabilidade social corporativa em seus planejamentos estratégicos. Surgem de um processo calculado, sendo planejadas, mensuradas e acompanhadas, permitindo a inferência de que somente tendo objetivos bem definidos e fazendo controle, em típico padrão instrumental, é possível praticar a responsabilidade social corporativa de maneira sustentável, quando se considera, como neste estudo, que o principal ator é a corporação.

Corroborando com os resultados do estudo aqui reportado, relatam-se as principais conclusões de pesquisa que ocorreu de maneira concomitante a esta, porém focalizando empresas na China (LUO; ZHANG, 2009). Aquele estudo, que adotou abordagem quantitativa, encontrou evidências de que as grandes companhias chinesas conduziram ações de responsabilidade social corporativa por razões instrumentais (LUO; ZHANG, 2009). As principais conclusões daquele estudo demonstram, também, que: 1) as empresas enxergam na responsabilidade social um canal de *marketing* (corresponde ao código INS/*Marketing*); 2) quanto maior a reputação de uma empresa (INS-Imagem), maior a ação estratégica (código INS-Estratégica) em suas ações de RSC; 3) as grandes corporações são muito influenciadas por questões de legitimidade (código INS-Legitimidade); e 4) empresas com ligações públicas (aqui, código INS-Legal) atuaram com muito mais intensidade em responsabilidade social corporativa, mesmo sem haver, àquela ocasião, um marco legal na China, do que as com menos ligações públicas. Portanto, embora tenha partido de referencial teórico e premissas distintas e não tenha usado o mesmo método, tipo de pesquisa e abordagem, aquele estudo chegou às mesmas conclusões, de maneira concomitante, que esta pesquisa.

Há evidências, conforme consignado no discurso analisado nesta pesquisa e na pesquisa quantitativa de Luo e Zhang (2009), de que as ações de responsabilidade social corporativa são originadas com preponderância pela racionalidade instrumental, conforme preconizado por Guerreiro Ramos (1981), Mannheim (1962; 1973) e Habermas (1984), com todas as implicações que isso tem. Em suma, os estudos classificados por Scherer e Palazzo como Habermasianos II parecem as mais adequadas para esclarecer as origens da necessidade que gerou a atual disseminação da responsabilidade social corporativa, uma vez que considera uma visão mais estratégica da Responsabilidade Social Corporativa.

Conclusões e Considerações Finais

Para Ramos (1981), a sociedade hodierna tomou uma forma excessivamente centrada nas atividades econômicas. O mercado, sua expressão simultaneamente concreta e simbólica, pauta o ritmo das atividades e grande parte do espírito das relações entre as pessoas e destas com as instituições. A racionalidade instrumental tende a se impor à racionalidade substantiva, transformando pessoas e cidadãos em consumidores, priorizando esse aspecto sobre as demais dimensões humanas.

Como afirma Mannheim (1946), nossa sociedade industrial burocrática está sendo modelada por expectativas características de uma civilização urbana e industrial, em que o sucesso é ponto objetivo e perseguido por todos os membros. O incremento da racionalização instrumental das burocracias modernas gera o problema da anulação do indivíduo, devendo as organizações orientarem-se para o resguardo de um mínimo de iniciativa individual ou racionalidade substantiva (MANNHEIM, 1973).

Mannheim (1962) também afirma que a fonte de tal racionalização vem da industrialização como forma específica de organização social. A industrialização implica a racionalidade instrumental, que é a organização dos membros da sociedade em função de finalidades objetivas. A racionalização industrial aperfeiçoou a racionalidade instrumental, mas, ao mesmo tempo, provocou proporcional diminuição da capacidade de julgamento independente dos indivíduos, o que significa, na interpretação de Ramos (1981), que o desenvolvimento técnico e econômico pode corresponder a um baixo desenvolvimento ético e moral.

De acordo com Ramos (1981), isso não significa que a racionalidade instrumental deva ser abolida, mas que a sua predominância em detrimento de valores mais substantivos tira dos indivíduos a capacidade de escolhas éticas e morais, levando ao que Mannheim (1962) denominou como desenvolvimento desproporcional das faculdades humanas, ou seja, o desequilíbrio entre o desenvolvimento técnico e o da capacidade moral e de controle social que diz respeito a ele. Com essa afirmação, Mannheim (1962) prevê um colapso social se não for alcançada a simetria entre o controle social racional, o domínio individual de seus impulsos e o desenvolvimento tecnológico.

Este trabalho mostra a dominância da racionalidade instrumental nos discursos e ações de responsabilidade social corporativa das empresas, indícios que evidenciam a assimetria advertida por Mannheim (1962). O controle racional instrumental está vencendo a luta nessas corporações. Os propósitos originais dos precursores da responsabilidade social corporativa e, talvez, dos fundadores de empresas específicas estão sendo alterados pela racionalidade instrumental que adstringe as ações ao cálculo utilitário.

Corroborando com as ideias de Mannheim (1946; 1962) e Ramos (1981), a responsabilidade social corporativa surge, antes que de uma vontade baseada em valores, das estratégias das organizações, que não se podem dar ao luxo de tomar decisões que resultem em perdas para os acionistas e para a administração. Ações de responsabilidade social corporativa surgem da necessidade de as organizações cumprirem a lei, manterem uma boa imagem perante a sociedade em geral e clientes e órgãos reguladores, em específico; da necessidade de otimizar seus desempenhos por meio do treinamento de clientes internos e externos, evitar sanções legais e econômicas e garantir a legitimidade de sua existência perante seus *stakeholders*. Este é o não dito pelos discursos oficiais de RSC das empresas.

O estudo realizado contribui à compreensão da disseminação da responsabilidade social corporativa no meio empresarial, colaborando, também, para que novas pesquisas, inclusive com métodos quantitativos, possam ser realizadas buscando maior compreensão do fenômeno, aprofundando e ampliando o referencial teórico.

Conclui-se com recomendações que poderão ser úteis a novos pesquisadores do tema: realizar estudos similares em organizações que não sejam classificadas como corporações, conforme definidas neste trabalho, posto que os resultados podem ser sensivelmente diferentes – empresas com controle e administração familiar, por exemplo; realizar estudos similares em corporações de outros setores da economia, pela mesma razão exposta anteriormente; e o uso de métodos de pesquisa que per-

mitam associar e comparar a racionalidade das pessoas que integram as corporações às racionalidades das corporações como ente separado. Recomenda-se, ainda, que a abordagem Habermasiana II seja utilizada como uma possível direção para novos estudos nesta área do conhecimento, tendo em vista a força de suas premissas e a abrangência de suas aplicações das ideias seminais de Max Weber e Karl Mannheim.

Também, fica como provocação central do trabalho a seguinte questão: o que resultaria, nos termos de Guerreiro Ramos (1981), da utilização desenfreada da racionalidade instrumental nas ações de responsabilidade social corporativa, no momento em que as corporações não virem mais um possível resultado benéfico de tais iniciativas? Seria o fim da responsabilidade social corporativa?

Referências

- BACKMAN, J. *Social responsibility and accountability*. New York: New York University Press, 1975.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BARROS, R. MENDONÇA, R. *Investimentos em educação e desenvolvimento econômico*. Working paper. Rio de Janeiro: IPEA, 1997.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BLUMBERG, P. *The multinational challenge to corporation law: the search for a new corporate personality*. London: Oxford, 1993.
- BOVESPA. Em boa companhia. *Responsabilidade social: compromisso e respeito com o bem-estar da sociedade*. Disponível em: <http://www.bovespa.com.br>. Acesso em: 07 jul. 2009.
- BOYD, W.; STASCH, C. *Marketing research: text and cases*. Illinois: Richard D. Irwin, 1985.
- CARROL, A. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, n. 4, p. 497-505, 1979.
- DAVIS, K. Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, Berkeley, v. 2, n. 3, p. 70-76, 1960.
- DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W.W. The Iron Cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, v. 48, n. 2, p. 147-160, Apr., 1983.
- EELS, R.; WALTON, C. *Conceptual foundations of business*. Homewood: Richard D. Irwin, 1961.
- EISENHARDT, K. M. Building theory from case study research. *Academy of Management Review*, Danvers –MA, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.
- FRIEDMAN, M. *Capitalism and freedom*. 40. ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2002.
- GOMES A.; MORETTI, S. *A responsabilidade e o social: uma discussão sobre o papel das empresas*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2007.
- GONCALVES, J. S. R. C. As empresas familiares no Brasil. *Rev. Adm. Empresas*. [online], v. 40, n. 1, p. 7-12, 2000.
- HABERMAS, J. *The theory of communicative action: reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press, 1984.
- _____. *Comentários à Ética do Discurso*. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.
- _____. *Discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: DIFEL, 2000.

- KALBERG, S. Max Weber's types of rationality: cornerstones for the analysis of rationalization processes in history. *The American Journal of Sociology*, Chicago, v. 85, n. 5 p.1145-1179, 1980. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/27788944>. Acesso em: 16 fev. 2009.
- KRAEMER, M. E. P. Contabilidade ambiental: relatório para um futuro sustentável, responsável e transparente. *Revista Pensar Contábil*, Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ, ano 8, p. 16-41, ago./out. 2005.
- KRAKMAN, R. et al. *The anatomy of corporate law: a comparative and functional approach*. Londres: Oxford, 2004.
- LUO, Z. ZHANG, J. Institutional or instrumental: what affects corporate social responsibility behavior in emerging economies? In: ACADEMY OF MANAGEMENT MEETING, August, 2009, Chicago. *Proceedings... Chicago, 2009*.
- MCGUIRE, J. W. *Business and society*. New York: McGraw-Hill, 1963.
- MANNE, H.; WALLICH, H. C. *The modern corporation and social responsibility*. Washington, D.C: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1972.
- MANNHEIM, K. *Diagnóstico de nosso tempo*. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.
- _____. *O homem e a sociedade: estudos sobre a estrutura social moderna*. Rio de Janeiro: Zahar, 1962.
- _____. *Libertad y planificación social*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1946.
- MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil. *RCO – Revista de Contabilidade e Organizações*. FEARP/USP, v. 2, n. 2, p. 8-18, jan/abr., 2008.
- MELO NETO, F. P.; BRENNAND, J. M. *Empresas socialmente sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna*. São Paulo: Qualitymark, 2004.
- MICKLETHWAIT, J. WOOLDRIGE, A. *A companhia: breve história de uma ideia revolucionária*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.
- MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M. *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. London: Sage, 1994.
- RAGIN, C.C. *The comparative method: moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Berkeley: University of California Press, 1987.
- RAMOS, A. G. *A nova ciência das organizações: uma reconceitualização da riqueza das nações*. Rio de Janeiro: FGV, 1981.
- SCHERER, A. G.; PALAZZO, G. Toward a political conception of corporate responsibility: business and society seen from a habermasian perspective. *Academy of Management Review*, Vanders – MA, v. 32, n. 4. p. 1096-1120, 2007.
- SERVA, M.; ANDION, C. Teoria das organizações e a nova sociologia econômica: um diálogo interdisciplinar. *Revista de Administração de Empresas*, FGV-SP, v. 46, n. 2, p. 10-21, 2006.
- _____. O fenômeno das organizações substantivas. *Revista de Administração de Empresas*, FGV-SP, v. 33, n. 2, p. 36-43, 1993.
- _____. A racionalidade substantiva demonstrada na prática administrativa. *Revista de Administração de Empresas*, FGV-SP, v. 37, n. 2. p. 18-30, 1997a.
- _____. Abordagem substantiva e ação comunicativa: uma complementaridade frutuosa para a teoria das organizações. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 31, n. 2, p. 108-34, 1997b.
- SOARES, G. M. P. Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa? *RAE-eletrônica*, v. 3, n. 2, art. 23, jul./dez. 2004.

STEINER, G. A. Social policies for business. *California Management Review*, Berkeley, v. 75, n. 2, p. 17-24, 1972.

YIN, R. K. *Estudo de caso, planejamento e métodos*. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2001.

WEBER, M. *Economia e sociedade*. 4. ed. Tradução e revisão técnica de Gabriel Cohn. Brasília: Universidade de Brasília, 2004. v.1

Artigo recebido em 01/12/2010.

Última versão recebida em 02/12/2012.

Artigo aprovado em 15/01/2013.