

Novos atores em ação: o papel dos programas de Responsabilidade social na descentralização das políticas sociais recentes.

Ermínia Riscado Priscila.

Cita:

Ermínia Riscado Priscila (2010). *Novos atores em ação: o papel dos programas de Responsabilidade social na descentralização das políticas sociais recentes*. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-036/283>

V Congresso Latino-Americano de Ciência Política- ALACIP 2010, Buenos Aires.

Área: Estado, Administração e Políticas Públicas

Sessão: Elaboração e Formulação de Políticas Públicas

Título: Novos atores em ação: o papel dos programas de RSE na descentralização das Políticas Sociais recentes.

Autora: Priscila Ermínia Riscado (Doutoranda PGCP/UFF)

I- Introdução

Tradicionalmente, a implementação e realização de políticas sociais esteve sob a égide do Estado, em suas mais variadas esferas. Todavia, este cenário se modificou atualmente e um novo ator ganha espaço no debate e nas práticas das ações sociais realizadas na sociedade: a empresa. Mostra-se como importante desafio para a ciência política entender a relação de centralidade que as mesmas desempenham atualmente dentro do sistema capitalista, a partir do desenvolvimento de ações socialmente responsáveis. Pretende-se aqui entender de que forma as empresas - através de programas de responsabilidade social empresarial (RSE) – constroem suas relações com a sociedade, sobretudo a partir de sua atuação junto a ações de caráter social.

Na tentativa de elucidar estas questões, o trabalho busca identificar como o conceito do fenômeno da Responsabilidade Social vem se apresentando no âmbito das Ciências Sociais no Brasil. E, para ilustrar de forma mais objetiva a questão, apresentamos alguns projetos desenvolvidos por uma empresa brasileira de grande porte (Petrobras).

É sabido que a responsabilidade social não pode ser considerada como um fenômeno recente. A partir de trabalhos como o de *Ciro Torres*¹, observamos que a chamada responsabilidade social das empresas nos países considerados como os mais desenvolvidos e democráticos do globo não é um assunto novo. Segundo o autor, desde o início do século XX registram-se manifestações concretas a favor deste tipo de comportamento. Nos anos 20 a idéia de uma atuação social mais efetiva por parte das

¹SILVA, *Ciro Valério Torres da. Entre o Bem Estar Social e o Lucro: Histórico e análise da “Responsabilidade Social das Empresas” através de algumas experiências selecionadas de “Balanço Social”*. Dissertação apresentada ao PPGACP da Universidade Federal Fluminense para obtenção do título de Mestre em Ciência Política. Niterói, setembro de 2000.

empresas privadas reapareceu. Esta, porém, continuou não obtendo maior aceitação entre a maior parte dos empresários e intelectuais da época. Ainda com base na pesquisa de Torres, foi somente nos anos 40, em parte da Europa que se registrou o primeiro apoio empresarial explícito e significativo, oriundo entre uma parcela dos empresários ingleses do setor industrial, que se percebeu a necessidade das corporações atuarem com responsabilidade em relação a seus funcionários e contribuírem de forma efetiva para o bem-estar da sociedade.

Todavia, as Ciências Sociais – em especial no Brasil- demoram a dedicar atenção ao tema em seus estudos. Os primeiros trabalhos produzidos sobre o tema aparecem no âmbito da disciplina da Administração; de forma mais específica, com o trabalho de Howard R. Bowen². Ele publicou em 1957 o livro “Responsabilidades Sociais do homem de negócios”. A obra deste autor mostra-se de extrema importância, pois servirá de base inicial para todos os outros estudos sobre o tema.

Dividirei este trabalho em três partes: na primeira parte buscarei contextualizar o fenômeno da responsabilidade social e sua relação com os novos desafios do capitalismo. Utilizarei para isso a abordagem de Michael Porter, considerando à mesma como uma “nova” visão da economia sobre o fenômeno, comparativamente a análises de outros economistas - tal qual Fridmam.

Na segunda parte abordarei o tema da responsabilidade social no âmbito das ciências sociais. Através de trabalhos pertencentes as três áreas que compõe a mesma. A tentativa aqui é de traçar um panorama do debate dentro da disciplina. Este será o enfoque que o presente trabalho pretende dar ao tema também.

Na terceira e última parte tratarei de alguns dos projetos de responsabilidade social desenvolvidos pela Petrobras no âmbito do programa “Desenvolvimento e Cidadania”. Esta é uma empresa de grande porte, criada em outubro de 1953, através da Lei 2.004, para executar as atividades do setor petróleo no Brasil em nome da União. Iniciou suas atividades com o acervo recebido do antigo CNP1, sendo a pioneira na indústria do petróleo no Brasil

As considerações finais buscarão conjugar o debate acerca da literatura com o estudo de caso aqui apresentado.

² BOWEN, Howard R. *Responsabilidades sociais do homem de negócios*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.

Parte I- A Responsabilidade Social e os novos desafios do Capitalismo

Bowen³ descreveu como finalidade última da responsabilidade social dos homens de negócios conseguirem melhores relações com os trabalhadores e maior produção desses. Dessa forma, as boas relações humanas transformam-se não somente em uma finalidade desejável para o interesse social geral, como igualmente em uma condição para o funcionamento eficiente da empresa, que atende aos interesses da sociedade sob o ponto de vista restrito de obtenção de lucros. Estas representariam, de fato, um bom negócio para as empresas, pois promovem a eficiência e ajudam a reduzir os custos. Originalmente então, a responsabilidade social caracterizava-se por privilegiar as ações voltadas ao hoje chamado público interno - que compreende os funcionários da empresa.

A análise do autor sobre a responsabilidade social é bastante extensa e profunda, mas destaco o contexto histórico no qual o autor produz sua obra: Bowen está escrevendo em um momento posterior a II Guerra mundial, em que o mundo assiste o surgimento do Comunismo como uma ideologia que irá se opor e fazer frente ao sistema Capitalista. Naquele momento histórico, Bowen assistia ao surgimento da Guerra Fria e o medo do avanço do ideário comunista era crescente nos Estados Unidos. É nesse contexto que começa então a difundir-se o conceito de responsabilidade social empresarial entre os homens de negócios: uma combinação entre uma idéia de obrigação, de um lado e, de outro, uma ação voluntária que tinha por objetivo permitir a manutenção da ordem no sistema vigente em boa parte do mundo ocidental. Por isso, podemos perceber sua preocupação em entender e valorizar as ações de responsabilidade social, pois esta poderia ser uma forma de reestruturar o próprio sistema Capitalista.

Muitas décadas depois da obra pioneira de Bowen vir a público e ganhar enorme relevância, outras disciplinas- entre elas a economia- se dedicam a pensar o sistema capitalista e o papel determinante das empresas dentro do mesmo. Todavia, muitos irão se opor fortemente à idéia de responsabilidade social, ou melhor, de qualquer tipo de preocupação social por parte da empresa. Um dos maiores expoentes desta corrente, tida

³ Op. Cit.

por muitos como conservadora, será o economista Milton Friedman⁴. Na década de 70, o debate sobre o papel da empresa no âmbito do sistema Capitalista prosseguiu e posteriormente, Friedman repetiu o que a justiça havia prescrito no caso Dodge *versus* Ford⁵, que envolvia a questão da ética, da responsabilidade e da arbitrariedade dos dirigentes empresariais: para Friedman a única forma aceitável de uma empresa praticar responsabilidade social é através da maximização do lucro da mesma para seus acionistas. Caso a empresa se dedique a algum outro tipo de responsabilidade, estará incorrendo em autotributação e, ao invés de ser elogiada, deve ser processada, pois estaria se “desviando” de seus objetivos fundamentais.

Contemporaneamente, vemos novas interpretações surgirem a respeito do papel das empresas. De certa maneira, podemos interpretar que os trabalhos recentes recuperam as visões propostas por Bowen e Friedman, buscando um certo “equilíbrio” entre as mesmas. Um exemplo dessa tentativa pode ser traduzido pelos trabalhos de Michael Porter⁶.

O economista Michael Porter desenvolveu um modelo de análise sobre a competição entre empresas no âmbito do sistema Capitalista contemporâneo conhecido como “Modelo das Cinco Forças”. O autor considera cinco fatores, ou “forças competitivas”, que devem ser estudados para que se possa desenvolver uma estratégia empresarial eficiente: rivalidade entre os concorrentes; poder de barganha dos clientes; poder de barganha dos fornecedores; ameaça de novos entrantes e ameaça de produtos substitutos.

Inspirado neste modelo, Porter e Kramer⁷ desenvolveram um tipo de “cadeia de valor” específica para analisar a atuação socialmente responsável das empresas. Os autores acreditam que se elas analisassem suas perspectivas no campo da responsabilidade social usando os mesmos arcabouços que norteiam suas principais decisões empresariais, descobririam que a responsabilidade social pode ser muito mais

4 No dia 13 de setembro de 1970, em artigo clássico publicado no jornal The New York Times, Milton Friedman (1912 -2006) escreveu: "A responsabilidade social das empresas é, única e exclusivamente, envolver-se em atividades destinadas a aumentar os lucros"

5 De um lado, Henry Ford, com a decisão de não distribuir parte dos dividendos esperados, alegando motivos sociais para proceder dessa forma (ele reverteu os mesmos para investimentos na capacidade de produção, aumento dos salários e fundo de reserva para a redução esperada de receitas em função do corte do preço dos carros). Do outro lado, os Dodge, de quem os interesses como acionistas eram contrariados. O caso terminou a Suprema Corte de Michigan sendo favorável aos Dodge, usando como justificativas a finalidade da corporação, que seria beneficiar os acionistas, e a limitação da arbitrariedade dos dirigentes, que seria somente quanto aos meios para alcançar o benefício dos acionistas.

⁶ PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior, 1990

⁷ PORTER, Michael E. e KRAMER, Mark R. “O elo entre vantagem competitiva e responsabilidade social empresarial.” In: *Estratégia e Sociedade*. Dez/2006.

do que um custo, um entrave ou uma ação filantrópica: pode ser uma fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva.

Por conseguinte, os autores apresentam um modelo a ser usado pelas empresas para identificar todos os efeitos- positivos e negativos- que exerce sobre a sociedade, determinar quais abordar e sugerir meios eficazes de agir. Um modelo capaz de identificar a relação de interdependência entre empresa e sociedade. Este modelo - da cadeia de valor- teria por objetivo retrair, em um primeiro momento, tudo o que a empresa faz para conduzir suas atividades “de dentro para fora”; ou seja, como as operações da empresa no curso normal dos negócios afeta a sociedade. Esta pode ser usada como um arcabouço para identificar o impacto social positivo e negativo dessas atividades.

Além da compreensão das ramificações sociais da cadeia de valor, a responsabilidade social estratégica exige o conhecimento de dimensões sociais do contexto competitivo da empresa, as condições sociais externas que também exercem influência sobre a empresa, para o bem e para o mal - que os autores chamam de eles “de fora para dentro” - os quais afetam sua capacidade de melhorar a produtividade e executar a estratégia.

Em linhas gerais, Porter acredita que a responsabilidade social deve ser encarada pela empresa de forma estratégica, para que dessa maneira seja fonte de grande progresso social. Isso será conseguido a partir do momento que as empresas aplicarem seus recursos, sua tarimba e seus *insights* em atividades que beneficiam a sociedade. Para o autor, quando uma empresa se envolve com problemas com os quais tem alguma “afinidade” e nos quais tem algum interesse, seu impacto no bem social pode ser maior do que o de qualquer outra instituição ou organização filantrópica. Seu argumento se contrapõe ao de Friedman⁸ que, como dito anteriormente, defende que qualquer ação de responsabilidade social é uma sobreposição de tarefas, na medida em que os impostos são pagos para suprir as mesmas necessidades sociais para as quais a empresa se voltaria.

Veremos a seguir como as Ciências Sociais irão se posicionar analiticamente diante do fenômeno.

Parte II- O debate da Responsabilidade Social no âmbito das Ciências Sociais

⁸ Op. Cit.

Após se constituir no campo da Administração de Empresas, o fenômeno da responsabilidade social empresarial começa a ser objeto também das Ciências Sociais, mais precisamente em estudos sobre empresas e empresários. Questões como a centralidade do papel da empresa dentro do sistema capitalista atual é entendida por Ana Kirschner⁹, por exemplo, a partir do contexto de crise econômica e o crescimento do desemprego na Europa na década de 80. Segundo a autora, este contexto acabou por contribuir para a valorização da capacidade da empresa de salvar o emprego - que é entendido como um valor essencial da socialização na sociedade contemporânea. O papel da empresa então iria além do econômico. Esta seria, além de provedora do emprego, um agente de estabilização social.

A partir de trabalho de Livia Barbosa¹⁰ podemos pensar também que, a partir dos anos 90 existe uma Cultura de negócios que favorece as empresas à adotarem um comportamento socialmente responsável. Entendendo Cultura de negócios como um “arcabouço” ideológico do mundo empresarial, explicando e justificando as constantes mudanças tecnológicas e gerenciais a que estão sendo submetidas às empresas nos últimos 40 anos. Ainda segundo Barbosa, todos os elementos que compõem esta Cultura de negócios estão nos últimos 20 anos diretamente ligados a temas da agenda social e política da sociedade contemporânea, o que demonstra o peso da sociedade civil na definição dos mesmos. A relação entre as utopias da agenda contemporânea e as novas tecnologias gerenciais implica que as empresas transnacionais são gerencialmente determinadas por termos alheios ao universo de negócios.

Em artigo pioneiro, tratando pontualmente sobre o tema da responsabilidade social, Cheibub e Locke¹¹ destacam que atualmente, o conceito de responsabilidade social corporativa não deve apenas incluir as obrigações legais das mesmas - sejam estas de qualquer natureza: tributária, fiscal, trabalhista, ambiental, entre outras - como também ir além dos requisitos econômicos e legais. Os autores argumentam que não faz sentido denominar de responsabilidade social o cumprimento da lei. Para os autores,

⁹ KIRSCHNER, Ana Maria. “A sociologia diante da globalização: possibilidades e perspectivas da sociologia da empresa.”, *Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política*, n.4, 1º sem. 1998.

¹⁰ Ver BARBOSA, Livia. “Globalização e Cultura de negócios”. In KIRSCHNER, Ana Maria, GOMES, Eduardo R. e CAPPELLIN, Paola, orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002. Ver também BARBOSA, Livia *Culturas e Empresas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. Coleção Ciências Sociais passo a passo nº10.

¹¹ CHEIBUB, Zairo e LOCKE, Richard. “Valores ou Interesses? Reflexões Sobre a Responsabilidade Social das Empresas”, In KIRSCHNER, Ana Maria, GOMES, Eduardo R. e CAPPELLIN, Paola orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002.

não podemos chamar de responsabilidade social as ações, programas e benefícios que foram adotados pelas empresas como resultado de negociação trabalhista visto que, neste caso, se está diante de uma questão de poder, barganha política e não de responsabilidade social.

Os autores classificam a responsabilidade social em quatro modelos básicos, baseados nas diferentes formas pelas quais as empresas podem se inserir de forma socialmente responsável em seu meio social. Na visão dos autores, esses modelos têm por base duas dimensões: a primeira seriam os grupos ou atores beneficiários da gestão da empresa; a segunda se refere aos motivos das ações sociais empresariais. A primeira dimensão pode ser entendida com um contínuo que vai do modelo dos acionistas ou donos (stockholders) ao modelo das partes interessadas (stakeholders). Na segunda dimensão figuram os motivos das ações empresariais. De um lado, têm-se as motivações de ordem moral, valorativa, ações com objetivo mais amplo que os ligados aos interesses da empresa. Do outro lado, tomam lugar as ações instrumentais, que tem por finalidade atender aos interesses imediatos das empresas. Os quatro modelos de responsabilidade social identificados pelos autores são: Produtivismo, Idealismo Ético, Filantropia e Progressista.

Todos os modelos são considerados como formas de responsabilidade social das empresas. A discussão que resta com relação a eles é quanto a sua desejabilidade, viabilidade e eficácia. Ainda segundo os autores, há na literatura sobre a questão, especialmente na brasileira, uma tendência de se privilegiar a filantropia e o idealismo ético. Assim, o discurso do movimento pela responsabilidade social das empresas assume um caráter eminentemente normativo.

Todavia, contrariando o discurso expresso pela maior parte da literatura sobre o tema, que atribui às empresas obrigações morais e éticas na prática da responsabilidade social empresarial, Cheibub e Locke rejeitam a reivindicação de ações de responsabilidade social empresarial por parte das empresas com base em argumentos morais e políticos. Assim os autores consideram que não há, em princípio, base moral e política para que as empresas assumam responsabilidades sociais, ações que excedam suas responsabilidades legais e que não interessem, imediata e diretamente, aos negócios desenvolvidos por elas. Assim não se pode ter expectativas legítimas de que as empresas assumam essas responsabilidades. Ninguém teria o direito de exigir que as empresas pratiquem alguma forma de responsabilidade social empresarial; logo não há a obrigação por parte delas de fazê-lo. Não temos fundamentos para exigir essas ações de

empresas e empresários, da mesma forma que não os temos para exigir que professores, advogados, médicos, engenheiros ou quaisquer outros agentes sociais excedam os ditames legais. Neste sentido, atos de filantropia e de responsabilidade empresarial podem ser louvados e mesmo incentivados, mas o fundamental é que não se tem o direito de esperar que empresários e empresas sejam obrigados a praticar esses atos. (CHEIBUB e LOCKE, 2000).

Para os autores, a responsabilidade social, portanto, implica ações que vão além da “letra da lei” e que não resultam de um embate político com sindicatos ou organizações de trabalhadores. É, na verdade, apenas e necessariamente um conjunto de ações que vão além do que é requerido por lei, obrigação ou necessidade. Contudo, a responsabilidade social empresarial é entendida pelos autores como auto-interesse, já que não há bons argumentos morais que justifiquem a participação das empresas, dos empresários e dos executivos destas em projetos ou programas de responsabilidade social, privilegiando estes a quaisquer outros atores sociais, ou seja, a responsabilidade social deve ser do interesse econômico das empresas.

Os autores consideram analiticamente supérfluo e, talvez, até mesmo prejudicial inquirir sobre os motivos que levam as empresas a assumirem determinadas responsabilidades sociais. Dizer se os determinantes da responsabilidade social são interesses ou valores (fazendo referência ao título do artigo) é, na opinião de Cheibub e Locke, uma questão política e moralmente irrelevante, além de mal formulada. Para eles as empresas podem e/ou devem ter responsabilidades sociais apenas se for de seu interesse, do interesse de seu negócio e trazer benefícios para sua atividade, sua posição de mercado. (CHEIBUB e LOCKE, 2000).

Em trabalho recente, Gomes e Kirschner¹² ressaltam que a noção de responsabilidade social da empresa está na moda na linguagem empresarial, porém esta ainda não tem um substrato conceitual; por esta razão dá margem a muitos equívocos. Em seu trabalho os autores formulam algumas hipóteses para explicar a valorização social que a empresa adquiriu ao longo dos últimos 20 anos. A empresa contemporânea não se limitaria, segundo os autores, a gerir e manter recursos econômicos, técnicos e humanos, como teria sido o caso, até alguns anos atrás. Hoje, a invenção e desenvolvimento de novos recursos se impõem como exigência de sobrevivência

12 KIRSCHNER, Ana Maria e GOMES, Eduardo Rodrigues. “A Sociologia da Empresa e a Responsabilidade Social das Empresas no Brasil”. Artigo apresentado no VI Workshop Empresa, Empresários e Sociedade. Tema: Estado e Mercado depois das reformas: o Brasil e a ordem internacional. UFF, 2008.

econômica. Uma das chaves para resolver este problema seria então a qualidade da estrutura social das relações humanas de trabalho, pois esta é uma das fontes cruciais de criatividade.

Em seguida, discutem então, de forma articulada, a noção de responsabilidade social da empresa, e tentam mostrar em que medida a sociologia da empresa pode ser útil para dar substrato a esta questão atual. Os autores se perguntam como a formação da responsabilidade social pode ser explicada no caso brasileiro. Os autores destacam o contexto que marca o início da responsabilidade social no Brasil: uma política de liberalização da economia e de menor intervencionismo estatal, que afetou profundamente a economia brasileira.

Kirschner e Gomes destacam alguns trabalhos¹³ no âmbito da sociologia contemporânea no Brasil. De um lado, alguns trabalhos sustentam o que alguns têm apontado como uma extensão exagerada do poder econômico da empresa na sociedade, especialmente por tornar a compensação social algo individualizado e dissociado de preocupações com “justiça social”, promovido de forma voluntária pelas empresas. De outro lado, os autores apresentam estudo que sugere que, ao mesmo tempo em que as lógicas do mercado passam a ocupar o espaço público, as lógicas inerentes a este espaço público, inclusive no que diz respeito à questão social e ao tratamento da coisa pública em prol de todos os cidadãos, passam a ser incorporadas nas próprias práticas empresariais. Esta revisão faz parecer para os referidos autores ser impossível antecipar o desfecho do debate em torno do fenômeno no âmbito das Ciências Sociais.

A discussão acerca do fenômeno da responsabilidade social, como se pode ver até o presente momento, é bastante ampla e complexa. Alguns estudiosos¹⁴ que analisam o fenômeno mencionam aspectos positivos do mesmo, como a promoção e fortalecimento da sociedade civil; coexistência de atores e interesses diferenciados que estariam “tomando espaço” na esfera pública, entre outros. Em linhas gerais, eles

13 Para conhecer o debate ver: PAOLI, Maria Célia. “Empresas e Responsabilidade Social: os enredamentos da cidadania no Brasil”, IN: SANTOS, Boaventura de Souza org., Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 2ª edição. Ver também CAPPELLIN, Paola; GIULLIANI, Mario; MOREL, Regina e PESSANHA, Elina. “As Organizações Empresariais Brasileiras e a Responsabilidade Social”, In KIRSCHNER, Ana Maria, GOMES, Eduardo R. e CAPPELLIN, Paola orgs., Empresa, Empresários e Globalização. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002 e VELOSO, Leticia Helena Medeiros. “Responsabilidade Social e Globalização: redefinindo o papel das empresas transnacionais no Brasil”. Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política, n.18, 1º sem. 2005.

¹⁴ MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial. Rio de Janeiro: Qualimark, 1999. 2ª edição.

entendem que, substancialmente, as novas práticas empresariais são influenciadas diretamente pela pressão e interesses da sociedade civil.

Contudo, existem autores que argumentam de maneira diametralmente oposta. Uma das críticas mais contundentes feitas às ações de responsabilidade social seria a de estas contribuem para a redução do papel do Estado no atendimento das demandas sociais- pensando aí nas demandas da sociedade civil em geral. Estes autores acreditam que, com ações socialmente responsáveis transferem-se antigos direitos sociais públicos para a iniciativa de atores privados - como as empresas.

Maria Célia Paoli é um desses autores. Em trabalho recente¹⁵, a autora irá discutir a respeito da relação do empresariado com o espaço público não-estatal através, em especial, da noção de responsabilidade social. Segundo Paoli, com a mudança de foco em relação à filantropia social, o empresariado vem buscando atuar no processo de reinserção social. “Isto pode ser visto através do privilégio dado aos temas da infância, da família e da educação como áreas da responsabilidade social empresarial diante da crescente deterioração da vida coletiva” (PAOLI, 2002, p.386).

Segundo a autora, ainda que existam disposições constitucionais que visam proteger os cidadãos mais “frágeis”, as obrigações legais relativas aos direitos sociais e de trabalho estão passando por um processo em que as exigências de reforma são constantes. Nas palavras de Paoli, “empresários e governo empenham-se em descobrir modos legítimos de desconstituir as garantias sociais como direitos universalizados - por seu custo alto - encolhendo seletivamente o acesso a elas e pelando para a ‘criatividade social’ dos atingidos” (Op. Cit, 2002, p.390).

Uma das principais entidades empresariais a organizar-se nesse sentido citada por Paoli foi a Fundação Abrinq 16, fundada em 1990, que criou a chamada “filantropia cidadã” no Brasil. A partir da criação da fundação Abrinq, criou-se a possibilidade de que outras empresas trabalhassem com assuntos filantrópicos e adotassem programas sociais, em áreas como: cultura, educação, saúde da mulher, ecologia e preservação do meio ambiente, esportes, lazer, recreação, desenvolvimento comunitário. Em resumo, um bem-estar social construído a partir de ações e investimentos através de parcerias entre a sociedade, o Estado e a iniciativa privada. (Op. Cit, 2002, p.391).

¹⁵ PAOLI, Maria Célia. “Empresas e Responsabilidade Social: os enredamentos da cidadania no Brasil”, IN: SANTOS, Boaventura de Souza org., Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 2ª edição.

¹⁶ A Fundação Abrinq tem sua atuação voltada para as crianças brasileiras pobres, e que crescem em condições de fome, má nutrição, famílias desagregadas, trabalho infantil, violência e pela falta de acesso a escola.

Essas ações foram respondidas com a aproximação das empresas do chamado terceiro setor, na busca de apoio técnico para o desenvolvimento de suas ações socialmente responsáveis. No entanto, como destaca Paoli, esse tipo de apoio não é suficiente. Seria preciso que o empresariado buscasse um posicionamento que os colocasse realmente na posição de sociedade civil, a partir dessa consciência empresarial cidadã. As ações de uma cidadania empresarial - com os projetos de RSE acabam virando produtos e passam a constituir parte de uma racionalidade econômica quando os interesses privados se sobrepõem ao compromisso ético com a sociedade. (Op. Cit, 2002, p.393).

Há ainda uma segunda questão, apresentada por Paoli, que diz respeito ao fato de que as empresas, quando optam por adotar uma postura socialmente responsável, vislumbram a possibilidade de bons negócios e incrementa, com isso, o surgimento de instituições mediadoras que abrem “nichos de mercado”. Dessa forma, para a autora, “há instituições que ensinam o empresário a doar, outras que lhe mostram como captar recursos e fazer parcerias, outras ainda a estruturar uma entidade específica para gerir o trabalho filantrópico, organizar esta entidade de modo que propicie uma ação social mais durável, desenvolver a administração financeira e contábil própria desse tipo de atividade, enfrentar o imposto de renda, pautar matérias jornalísticas, mudar de vocabulário e mentalidade, aprender a informar-se em seminários de discussão e até mesmo compatibilizar as exigências de produtividade da empresa diante de seus trabalhadores através da adoção de programas filantrópicos”. (Op. Cit, 2002, p.396).

Por isso, segundo Paoli, neste processo de conscientização do empresariado, faltam espaços públicos em que a crítica aos excluídos pode se apresentar. Nas palavras da autora, “os espaços públicos só se tornam assim quando os socialmente desiguais se encontram em equivalência como atores e sujeitos autônomos do protagonismo político e civil e, pelo exercício conjunto e conflitivo do debate, reflexão e deliberação sobre um mundo comum, avancem para além das garantias constitucionais e jurídicas ao concretizar o direito de participar na pluralidade de demandas de cidadania (Op. Cit, 2002, p.403).

IV- Petrobras: considerações iniciais sobre a empresa e sua postura socialmente responsável

A Petróleo Brasileiro S.A. – Petrobras, foi criada em outubro de 1953, através da Lei 2.004, para executar as atividades do setor petróleo no Brasil em nome da União. Iniciou suas atividades com o acervo recebido do antigo CNP1, sendo a pioneira na indústria do petróleo no Brasil, enfrentando naquele momento grandes dificuldades pela falta de infraestrutura e de tecnologias adequadas. José Sergio Gabrielli de Azevedo é o presidente da Petrobras desde 2005.

Aqui examinaremos alguns projetos contemplados pela empresa no escopo de seu programa de responsabilidade social empresarial. A empresa que compõe este estudo se configura como sendo de grande porte e pertencente ao setor da Indústria.

A classificação de porte das empresas não é única. Duas das formas são as mais utilizadas entre os trabalhos que analisamos: a classificação por número de funcionários e por receita bruta. Entretanto, sem entrar de forma aprofundada na extensa e dinâmica discussão dessa caracterização, estaremos assumindo aqui que são grandes empresas aquelas unidades produtivas que possuem as seguintes características:

- A receita operacional bruta anual ou anualizada de Grandes empresas ou deve ser superior a R\$ 60 milhões (sessenta milhões de reais) ¹⁷;
- Com relação ao número de funcionários, a Indústria será classificada como grande (GE) quando possuir mais de 500 empregados¹⁸.

- Programa Desenvolvimento & Cidadania – Petrobras

O programa Desenvolvimento & Cidadania Petrobras é descrito pela empresa como sendo “resultado de um conjunto de esforços”. O programa teria sido elaborado com a “participação de membros das diferentes áreas da Petrobras, além de contar com representantes da sociedade civil e do governo”. Por estas razões, ainda nas palavras da empresa, “seu conteúdo reflete o compromisso da empresa em contribuir para o

¹⁷ Esta é a classificação de porte de empresa adotada pelo BNDES e aplicável à indústria, comércio e serviços, conforme a Carta Circular nº 64/02, de 14 de outubro de 2002. Ela caracteriza o porte das empresas por sua renda bruta.

¹⁸ No que diz respeito ao porte pelo número de funcionários da empresa, nos baseamos aqui na definição recente do Serviço Brasileiro de apoio a Micro e Pequena Empresa (SEBRAE). No caso do Comércio e serviços, o número de funcionários que caracteriza uma grande empresa, a partir do critério SEBRAE é de mais de 100 empregados. O critério utilizado pelo SEBRAE é o mesmo critério utilizado pelo IBGE.

desenvolvimento local, regional e nacional, gerando a inserção social, digna e produtiva, de pessoas e grupos que vivem em risco social no Brasil”.

A Petrobras pretende investir recursos da ordem de R\$ 1,2 bilhões, no período de 2007 a 2012, em projetos que, segundo a empresa, promovam desenvolvimento com igualdade de oportunidades e valorização das potencialidades locais.

Um dado importante é a importância que a empresa confere ao programa. Este teria sido formulado em alinhamento ao Plano Estratégico 2012 da empresa e considera o mesmo horizonte de tempo do Plano de Negócios da Companhia. Isto confere a empresa, sob seu ponto de vista, “a determinação da Petrobras em aliar seu crescimento ao desenvolvimento sustentável”. Todavia, como se pode observar através dos projetos selecionados pela empresa, a realidade destes não é tão sustentável e participativa.

Os projetos selecionados para fazer parte da carteira de projetos do programa desenvolvimento e cidadania podem ser financiados por até três anos. A Petrobras pode investir até R\$ 660.000,00 por ano em cada projeto selecionado. O total investido pela Petrobras com os projetos selecionados no ano de 2006 foi de R\$ 20.000.000,00. Veremos agora alguns dos projetos selecionados pela empresa no ano de 2006.

- Projeto Fábrica de Móveis e Artefatos em Madeira

Realizador: Cooperativa de Artefatos Naturais do Rio das Castanhas

Objetivo: manejo de insumos da floresta de forma sustentável, combinando educação, produção e mercado, gerando trabalho e renda para 30 jovens.

Estado: Amapá

- Projeto Além das Fronteiras

Realizador: Mitra Arquiepiscopal do Rio de Janeiro

Objetivo: Educação e qualificação profissional de 450 adolescentes e suas famílias em situação de vulnerabilidade social por meio de ações de orientação para o trabalho, desenvolvimento de competências pessoais e formação de lideranças comunitárias, em oito pólos do município do Rio de Janeiro.

Estado: Rio de Janeiro

- Programa das Medidas Socioeducativas – Resgate e Cidadania

Realizador: Fitur – Prefeitura Municipal de Itajaí

Objetivo: Orientação do adolescente autor de ato infracional na formação da cidadania, possibilitando a construção de um projeto de vida com seu retorno à escola e profissionalização.

Estado: Santa Catarina.

Considerações finais

Tomando por base a revisão da literatura feita neste trabalho, podemos apontar alguns caminhos acerca das novas formas de participação da sociedade e suas relações com o Estado.

Podemos observar mudanças bastante significativas no que diz respeito à concepção do fenômeno da responsabilidade social. E verificamos que estas se dão no âmbito de todas as disciplinas que estudam o mesmo, inclusive nas Ciências Sociais.

Nos trabalhos utilizados aqui, provenientes de outras disciplinas, como Administração e Economia, o que observamos é que o enfoque sobre a relevância do tema da responsabilidade social no dia a dia empresarial muda, em consonância com mudanças de escopo “macro”, que extrapola o contexto do interior da empresa, conectando a mesma com seu exterior, a saber: crises econômicas, mudanças sociais. Enfim, transformações no contexto histórico, no meio sócio-econômico no qual a empresa está inserida.

Podemos identificar também convergências analíticas – como, por exemplo, nos trabalhos de Cheibub e Locke quanto em Gomes e Kirschner. Vemos em especial no que diz respeito a certo “avanço” por parte das empresas em uma seara de funções que, historicamente eram desempenhadas prioritariamente pelo Estado – através de sua postura socialmente responsável. E este avanço seria responsável por uma maior inserção das empresas na esfera decisional da democracia, pois ampliaria e intensificaria seu diálogo com a sociedade civil, visto que esta representa o alvo principal destas ações.

Em pólo analítico oposto, encontra-se o trabalho de Maria Célia Paoli. Para ela a chamada responsabilidade social empresarial é utópica e conservadora, pois preservaria as relações desiguais entre os cidadãos, colocando-os na situação de cidadãos de segunda e terceira classe, que ficam na dependência da caridade privada para que sejam incluídos socialmente.

A autora acredita que, ainda que a postura empresarial socialmente responsável conduza a novas práticas voltadas para a redução de carências da população ou que minimize desenvolvimento empresarial- tal qual danos ambientais-, tais situações geram inúmeros benefícios para a empresa, como ganhos de imagem, de poder e, em especial, ganhos financeiros para as empresas.

Por esta razão, a autora acredita que a sociedade civil deve se organizar para defender e conquistar direitos. Ao ser beneficiada por projetos de responsabilidade social, a sociedade torna-se dependente de políticas localizadas, implementadas por grupos do setor privado - segundo Paoli, a sociedade civil acaba sendo capturada por políticas compensatórias e oriundas da filantropia social, implementada pelas empresas.

Todavia, acredito que seja importante destacarmos alguns pontos significativamente divergentes entre o que é uma política pública e o que se pretende com a responsabilidade social. Entende-se por Políticas Públicas “o conjunto de ações coletivas voltadas para a garantia dos direitos sociais, configurando um compromisso público que visa dar conta de determinada demanda, em diversas áreas. Expressa a transformação daquilo que é do âmbito privado em ações coletivas no espaço público” (GUARESCHI, COMUNELLO, NARDINI & HOENISCH, 2004, p. 180). No entanto, conforme apresentado anteriormente, a responsabilidade social, ainda que detentora de inúmeros significados, pode ser entendida como atitude e comportamento empresarial ético e responsável: É dever e compromisso da organização assumir uma postura transparente, responsável e ética em suas relações com os seus diversos públicos – tais como governo, clientes, fornecedores, comunidade, etc. (MELO NETO E FROES, 2001, p.40). Na prática, estas experiências produzem resultados bastante diferentes entre si. E os projetos apoiados pela própria Petrobras podem nos ilustrar isso

Para pensarmos sobre esta dinâmica, basta tomarmos como exemplo a Cooperativa de Artefatos Naturais do Rio das Castanhas (COOPNHARIN), executora do Projeto Fábrica de Móveis e Artefatos em Madeira. Esta é uma cooperativa criada em março de 2005 por jovens integrantes do projeto Escola da Madeira, parceria entre Fundação Orsa e Orsa Florestal, no Vale do Jarí (PA/AM). Já a Mitra Arquiepiscopal do Rio de Janeiro é o órgão responsável pelo patrimônio religioso - como os templos católicos - da cidade, os museus de arte sacra e da Cúria do Rio de Janeiro – é o realizador das ações previstas no projeto intitulado “Além das Fronteiras”. Não há nenhuma ligação entre os eixos temáticos propostos pelos projetos, que possuem

naturezas e públicos-alvo distintos. Não há também garantia de continuidade nas ações, visto que, após os três anos de financiamento, a empresa pode deixar de financiar o projeto, mesmo que estes não tenham outra forma de se manter. Por se tratar de um escopo de ações voluntárias por parte da empresa, se a mesma deixa de adotar uma postura socialmente responsável, não há nenhum tipo de sanção jurídica que possa ser aplicada junto a mesma.

Vale destacar também que pesquisas como as realizadas por David Vogel¹⁹ apontam resultados muito diferentes dos que Maria Célia Paoli nos apresenta em seus trabalhos: o autor ressalta que ainda hoje podemos observar muitas divergências no que diz respeito à interpretação, ao entendimento que muitos dos *stakeholders* têm sobre a responsabilidade social. Ao olhar para os consumidores, a partir de pesquisas realizadas sobre o comportamento destes nos EUA e na Europa, o autor observa profundas divergências no que diz respeito a influência que a postura socialmente responsável de uma empresa tem no momento da compra de um produto. Na Europa, por exemplo, observou-se que 75% dos consumidores estavam dispostos a modificar seu comportamento em favor de uma postura socialmente responsável. Todavia, apenas 3% do total o fizeram efetivamente.

Esta é uma análise que se mostra relevante para as Ciências Sociais, pois podemos a partir de tudo que foi exposto no presente trabalho, entender que o fenômeno da responsabilidade social pode ser uma nova forma de interação entre atores sociais, tais como o Estado e a Sociedade. Todavia, estas ações podem ter como objetivo a conquista de novas formas de legitimidade das empresas junto a estes atores, que são também seus principais *stakeholders*. Essa busca por legitimidade se apresenta como fundamental para a sobrevivência da empresa em tempos de mudanças no sistema capitalista, mudanças aprofundadas com as crises vivenciadas pelo mesmo, que “obriga” sua renovação de forma cíclica e cada vez mais ágil, exigindo por sua vez das empresas respostas á altura para os novos dilemas postos na sociedade contemporânea.

¹⁹ VOGEL, David. *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. The brookings institution: Washington, 2006.

BIBLIOGRAFIA

- ASHLEY, Patricia, org. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2001.
- BARBOSA, Livia. Globalização e Cultura de negócios. In KIRSCHNER, Ana Maria, GOMES, Eduardo R. e CAPPELLIN, Paola, orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002. p.211-225.
- _____. *Culturas e Empresas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. Coleção Ciências Sociais passo a passo nº10.
- BOWEN, Howard R. *Responsabilidades sociais do homem de negócios*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.
- CAPPELLIN, Paola; GIULLIANI, Mario; MOREL, Regina e PESSANHA, Elina. As Organizações Empresariais Brasileiras e a Responsabilidade Social, In KIRSCHNER, Ana Maria, GOMES, Eduardo R. e CAPPELLIN, Paola, orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002. p.253-277.
- CHEIBUB, Zairo e LOCKE, Richard. "Valores ou Interesses? Reflexões Sobre a Responsabilidade Social das Empresas", In KIRSCHNER, Ana Maria, GOMES, Eduardo R. e CAPPELLIN, Paola orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002. p.279-291.
- FRIEDMAN, Milton. *Capitalismo e Liberdade*. Rio de Janeiro: Artenova, 1977.
- GOMES, Eduardo R. "Além do Mercado: Origens, Trajetória e Características da Responsabilidade Social das Empresas no Brasil", in Ângela de Castro Gomes (org.) *Direitos e Cidadania: Justiça, Poder e Mídia*. Rio de Janeiro, Editora da Fundação Getulio Vargas. 2007.
- GOMES, Eduardo R. e GUIMARÃES, Fabricia C. "Os Empresários entre a Tradição e a Renovação: O Caso do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE)", Revista Internacional de Estudos Políticos, v 2, n. 1, 1999.
- Guareschi, Neuza; Comunello, Luciele Nardi ; Nardini, Milena; Júlio César Hoenisch. Problematizando as práticas psicológicas no modo de entender a violência. In: *Violência, gênero e Políticas Públicas*. Strey, Marlene N.; Azambuja, Mariana P. Ruwer; Jaeger, Fernanda Pires (orgs.) Ed: EDIPUCRS, Porto Alegre, 2004.

- KIRSCHNER, Ana Maria. *Empresários Brasileiros dos Anos 90: Sucessão e Mudança de Mentalidade?*, In. KIRSCHNER, Ana M e GOMES, Eduardo R. orgs. *Empresa, Empresários e Sociedade*. Rio de Janeiro, Sete Letras/Fundação José Bonifácio, 1999. p. 20-36
- _____ . “A sociologia diante da globalização: possibilidades e perspectivas da sociologia da empresa.”, Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política, n.4, 1º sem. 1998. p.19-30.
- MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. *Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial*. Rio de Janeiro: Qualimark, 1999. 2ª edição.
- MAXIMIANO, Antonio César Amaru. *Teoria geral da administração: da escola científica à competitividade em economia globalizada*. São Paulo: Atlas, 1997.
- PAOLI, Maria Célia. “Empresas e Responsabilidade Social: os enredamentos da cidadania no Brasil”, IN: SANTOS, Boaventura de Souza org., *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 2ª edição.
- PELIANO, Ana M. T. Medeiros, coord. A Iniciativa Privada e o Espírito Público. Brasília, DF, IPEA, 2001.
- _____ . *Bondade ou interesse? Como e por que as empresas atuam na área social*. Brasília, DF, IPEA, 2001.
- RISCADO, Priscila Emínia. “A Responsabilidade Social do Pequeno e Médio empresário: um estudo exploratório”, apresentada ao PPGACP da Universidade Federal Fluminense para obtenção do título de Mestre em Ciência Política. Niterói, fevereiro de 2005.
- SILVA, Ciro Valério Torres da. *Entre o Bem Estar Social e o Lucro: Histórico e análise da “Responsabilidade Social das Empresas” através de alguma experiências selecionadas de “Balanço Social”*. Dissertação apresentada ao PPGACP da Universidade Federal Fluminense para obtenção do grau de Mestre. Niterói, 2000.
- VOGEL, David. *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. The brookings institution: Washington, 2006.
- WERHAHN, Peter H. *O Empresário: a sua função econômica e responsabilidade sócio-política*. São Paulo: Fundação Konrad-Adenauer Stiftung, nº23, 1995.

