

PERCEPÇÕES LATINO-AMERICANAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

REINEHR, Jaciane Pimentel Milanezi.
Universidade de Brasília (UNB)

Resumo: o trabalho busca levantar reflexões iniciais comparativas sobre os sentidos fornecidos ao fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), entre o Brasil e outros países latino-americanos. Com base nos sentidos compartilhados por um grupo de empresas brasileiras ao modelo de RSE e no dado de que o fenômeno no Brasil se apresenta como fomentador de conteúdos contraditórios dos espíritos do capitalismo, são averiguadas comparativamente outras concepções latino-americanas da RSE. Busca-se com o trabalho, especificamente, identificar se duas características distintas da RSE no Brasil, a intervenção estatal para o comportamento empresarial socialmente responsável e a RSE como cumprimento da legalidade, se estendem a outros países da América Latina.

Palavras-chaves: Ação Social. Capitalismo. Responsabilidade Social Empresarial. América Latina.

Introdução

O trabalho busca levantar reflexões iniciais que auxiliem a pensar estudos comparativos, entre países latino-americanos, sobre o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), a partir da intencionalidade dos agentes que o praticam, e com um foco específico no papel da intervenção estatal na construção dos conteúdos da RSE nesses países.

A proposta da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), de acordo com os institutos empresariais que a fomentam, demanda das empresas uma atuação em três dimensões - econômica, social, ambiental. Esta atuação deverá ser pautada por relações éticas com os diversos públicos com os quais a empresa se relaciona. A organização é demandada a ir além da sua função econômica clássica de reprodução do lucro (INSTITUTO ETHOS, 2011, 2008, 2007, 2006).

Para além desse conceito objetivo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), o trabalho retoma o entendimento da RSE como um ideal de relação entre empresa e sociedade na contemporaneidade, favorecido pelas transformações ocorridas no “espírito do capitalismo” (REINEHR, 2011, 2012). Nesta perspectiva, indica-se que o fenômeno da RSE foi animado a partir de um contexto global de mudanças do sistema valorativo do capitalismo, que passaram a incluir no sistema convenções concorrentes à racionalidade econômica.

Esse entendimento defende que a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é um fenômeno que sempre esteve presente no sistema capitalista, que

evoluiu de práticas filantrópicas a como se apresenta atualmente em função do “espírito do capitalismo” que animou a relação entre empresa e sociedade em cada época, e que se aloca entre a racionalidade, o ideal cívico e o conexionismo do capitalismo ocidental.

De acordo com essa perspectiva, inicialmente, a relação entre empresa e sociedade era intitulada de filantrópica, pois era condizente com o caráter hierárquico do “primeiro espírito do capitalismo”, amparado majoritariamente na “Cidade Doméstica”. Posteriormente, começa a se organizar como Responsabilidade Social Empresarial (RSE) a partir das regulamentações estatais no âmbito da racionalidade do “segundo espírito do capitalismo”, baseado na “Cidade Industrial”. É diante da situação de disputa entre o segundo e “terceiro espírito do capitalismo” que a relação entre empresa e sociedade passou a ser consolidada como RSE, ao ganhar reforços distintivos de um ideal cívico e da lógica conexcionista do espírito vigente do capitalismo, amparado na “Cidade por Projetos”.

A busca por elucidar o modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) pela intencionalidade dos agentes – neste caso, as empresas por meio de seus expoentes - ocorre pela preferência aos marcos teóricos que permitem a compreensão da ação econômica pelos próprios agentes, como no caso da Sociologia Compreensiva e da Sociologia Pragmática Francesa. Da primeira, a categoria de *ação social* (WEBER, 1999) possibilita compreender o fenômeno pela apreensão do sentido subjetivamente compartilhado atribuído ao modelo pelas empresas. Da segunda, complementa-se a análise da ação a partir das *Cidades* (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; BOLTANSKI; THÉVENOT, 1999, 2006) a quais os empresários recorrem para justificarem o engajamento na RSE. Em ambas as sociologias, é possível revisitar a noção *espírito do capitalismo* (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; WEBER, 2004) para entender as mudanças na força motriz do capitalismo que favorecem a RSE.

Com base nesse entendimento do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e a partir desses marcos teóricos, foi possível jogar luzes em sentidos subjetivamente compartilhados ao que fosse a função da empresa na sociedade capitalista contemporânea e ao que fosse o modelo de RSE entre empresas brasileiras, nacionais, paulistas, privadas e praticantes da RSE (REINEHR, 2011).

Esses sentidos fornecidos revelam percepções para além do conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) objetivamente difundido pelos institutos empresariais. Indicam que a RSE, no Brasil, se mostra representativa do valor da racionalidade do “segundo espírito do capitalismo” pela ênfase no aspecto legalizador do fenômeno. Contudo, indicam que a RSE também é animadora das crenças do “terceiro espírito do capitalismo”, a partir do apelo às conexões e ao ideal cívico. Isso caracteriza uma contradição da RSE brasileira, ao fomentar crenças concorrentes no âmbito do sistema capitalista brasileiro.

Diante da ênfase dos agentes em torno da legalidade advinda pela ação socialmente responsável, propõe-se iniciar a reflexão sociológica do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) em termos comparativos, na América Latina, e tendo como unidade de comparação o contexto institucional-legal dos países.

Para promover as reflexões iniciais necessárias à investigação, o trabalho, primeiramente, decompõe o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) a partir do rol de sentidos subjetivamente compartilhados à RSE por um grupo de empresas paulistas. Em seguida, compara esses sentidos a outros no âmbito da América Latina, de forma a identificar similaridades e singularidades. Ao final, tenta organizar minimamente a reflexão do fenômeno a partir das influências do Estado na organização deste, numa perspectiva comparativa latino-americana.

Sentidos fornecidos à Responsabilidade Social Empresarial no Brasil

A percepção sobre o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) entre o empresariado brasileiro foi objeto de análise durante período de ativa organização da proposta no Brasil. Identificou-se uma diversidade de percepções sobre a RSE entre as entidades representativas dos empresários. Além, descobriu-se que cada percepção correspondia a orientações práticas diversas às associadas das entidades, o que levou à conclusão de uma heterogeneidade de compreensão sobre o que fosse ser socialmente responsável à época (CAPPELLIN et al., 2002).

Ilustrativo, também, da elucidação de mentalidades adjacentes à atuação empresarial em dimensões para além da econômica é a reflexão de Müller (2006), ao identificar significados atribuídos às questões sociais pelos empresários, a partir da interpretação do arcabouço ideológico existente nos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação das empresas. A reflexão ocorre em torno, especificamente,

da luta do empresariado em colocar os modos de ação próprios do setor para a solução de problemas sociais no campo social do terceiro setor. Modos estes esvaziados de conteúdos políticos e caracterizados pelas técnicas de gestão. Apesar do enfoque na dimensão social da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), Müller (2006) já levanta um arsenal de ideias que sustenta o modelo de RSE perante o empresariado.

Diante das mudanças no “espírito do capitalismo” que animaram o modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) - a partir da racionalidade do segundo conjunto de crenças capitalistas, bem como do conexionismo e do ideal cívico do terceiro conjunto valorativo do sistema – e da maior organização da RSE no país, pesquisa recente voltou a evidenciar sentidos fornecidos ao fenômeno entre um grupo de empresas brasileiras, nacionais, paulistas, privadas e praticantes do modelo (REINEHR, 2011).

Identificou-se que a proposta da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é vista como: um instrumento de legalidade, uma ampliação das funções empresariais econômicas, uma ampliação das conexões da empresa, sustentabilidade, de difícil institucionalização na empresa, uma tendência inexorável da empresa capitalista, uma forma de atratividade externa e interna do trabalhador, um diferencial mercadológico, contraposta à filantropia e ao marketing social.

O grupo de empresas delimitado nessa pesquisa foi unânime em considerar a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como um instrumento de legalidade de atuação das empresas no país, como uma influência para o cumprimento da legislação no país; ou seja, para fomentar comportamentos exigidos pelo Estado.

A influência do Estado no fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ficou ainda mais evidente quando as empresas pesquisadas destacaram o não cumprimento da lei como uma característica da empresa não socialmente responsável. Seja pela afirmação do que fosse a RSE ou pela negação do que fosse, a legalidade apareceu como uma característica distintiva entre o grupo investigado. Para este, agir de acordo com a lei é o mínimo para ser considerada uma empresa socialmente responsável no Brasil.

Apesar da indicação do cumprimento da lei por meio da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), percebeu-se uma tendência entre o grupo de empresas paulistas em dissociar a existência da RSE no país da atuação burocrática estatal, como se o rol de práticas socialmente responsáveis surgisse apenas da definição

das próprias empresas. As empresas não conseguiram perceber a influência do Estado na organização do conteúdo da RSE.

Cappellin e Giuliani (2004) já tinham indicado a dependência da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) do Estado, ao refletirem sobre a relação entre a existência de legislação estatal e maior implementação de práticas de RSE em temas regulamentados. Como eles identificaram, a atuação empresarial na dimensão social do modelo é basicamente voluntarista haja vista a ausência de legislação que obrigue a empresa; a exceção são as relações trabalhistas. Por outro lado, a atuação expressiva das empresas na dimensão ambiental ocorre a partir do poder coercitivo do Estado.

Reinehr (2011, 2012), a partir da indicação dos agentes paulistas do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), sublinha, também, a simbiose entre RSE e Estado no Brasil. Indica que a RSE é legalizada e legalizadora no país. Legalizada, pois a regulamentação estatal acaba por pautar as práticas do modelo. Legalizadora porque a RSE fomenta a observância da lei. Com esse dado da pesquisa, é possível interpretar que o modelo da RSE no país é bastante representativo do capitalismo racionalizado do “segundo espírito” ao primar pela legalidade.

Outro sentido à Responsabilidade Social Empresarial (RSE), o de amplitude de funções empresariais, foi inicialmente identificado nessa pesquisa quando as empresas foram questionadas, especificamente, sobre a função delas na contemporaneidade. Em momento posterior da investigação, sobre o que fosse Responsabilidade Social Empresarial, essa amplitude de funções foi novamente mencionada ao discorrerem sobre as três dimensões que compõem o modelo: econômico, social e ambiental.

Em relação às concepções atuais da função da empresa capitalista entre o grupo de empresas paulistas, a pesquisa agregou dois tipos complementares de concepções. De um lado, houve um grupo que defendeu com maior veemência as funções clássicas racionais da empresa, mais amparado nas convenções da “Cidade Industrial”. De outro lado, houve um grupo que destacou, preponderantemente, funções para além da clássica econômica, mais apoiados na “Cidade Cívica” e na “Cidade por Projetos”.

Estes dois tipos de opiniões majoritárias não se apresentaram como antagônicos, mas complementares. O grupo que defendeu com maior veemência a

função clássica racional não deixou de apontar, secundariamente, uma função nova, para além da econômica. O grupo que defendeu com maior veemência a função para além da racional, não deixou de sublinhar, posteriormente, a continuação da função econômica.

Os dados dessa pesquisa revelaram que as empresas atribuem duas funções concomitantes à empresa capitalista: manutenção da função econômica clássica e inserção de novas funções para além da dimensão econômica. O que se encontrou entre o grupo pesquisado foi uma autoatribuição de funções que flexibilizam a racionalidade econômica.

Isso vai ao encontro do que Boltanski e Chiapello (2009) indicaram, mesmo que para o caso francês, da necessidade de compreender a ação capitalista contemporânea por meio de novas convenções que o sistema passou a incorporar. A lógica industrial – consequentemente, a racionalidade - continua a guiar a ação capitalista predominantemente. Contudo, há uma nova lógica, a por projetos, que surge como um novo conjunto de disposições que ajuda a elucidar o capitalismo.

Como consequência da amplitude das funções empresariais, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) também foi entendida como um conjunto de novas conexões. As empresas fizeram referência à diversidade de públicos com a qual deveriam se relacionar, os *stakeholders*. Em momento final da pesquisa, quando foram questionadas sobre o que seriam as empresas não socialmente responsáveis, indicaram a não percepção das relações reticulares como outra característica das empresas que não fazem parte do grupo; além da legalidade já abordada anteriormente. Ser grande no âmbito da RSE é ser legal e conectivo.

A importância das conexões para as empresas dessa pesquisa foi tamanha que preferiam utilizar o termo *sustentabilidade* em detrimento da expressão comumente usada no Brasil de *Responsabilidade Social Empresarial*. A preferência pelo termo *sustentabilidade* ocorreu em função de acharem que este melhor retrata os públicos do modelo. A expressão *Responsabilidade Social Empresarial*, aparentemente, reforça apenas a dimensão social da proposta, mesmo que o conceito objetivo da expressão contenha implicitamente as três dimensões (econômica, social, ambiental).

Essa exacerbação da ampliação das funções empresariais e das conexões feita pelas empresas paulistas aproxima o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) mais dos conteúdos do terceiro “espírito do capitalismo” do que

do segundo e primeiro conjunto de crenças deste sistema. Não seria no âmbito das relações personalistas do “primeiro espírito do capitalismo”, nem a partir das relações burocráticas do “segundo espírito do capitalismo”, que o caráter reticular adjacente à RSE ganharia proeminência entre as empresas.

Diferentemente do que indicou anteriormente o caráter legalista da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil, próprio da lógica industrial do “segundo espírito capitalista”, o caráter conexcionista do modelo o remete à lógica por projetos do “terceiro espírito”. Por isso, interpreta-se que a RSE apresenta duas funções antagônicas ao capitalismo brasileiro. Ratifica o capitalismo racional e fomenta um capitalismo revigorado em valores contrapostos à racionalidade. A compreensão desse antagonismo é possível se relembrarmos novamente a análise de Boltanski e Chiapello (2009), de que o “terceiro espírito do capitalismo” se afirma - não está acabado - a partir da contraposição à racionalidade.

Outra resposta majoritária entre as empresas paulistas ao serem questionadas sobre o que fosse Responsabilidade Social Empresarial (RSE) foi a explicação de ser um modelo organizacional envolto por dificuldades de inserção no âmbito da empresa. Segundo o grupo, a institucionalização da RSE na empresa se depara com o obstáculo da recepção da proposta pelo seu público interno. Muitas das empresas informaram da necessidade de capacitar os escalões médios e inferiores para assimilação do fenômeno. Essa prática de educação para a assimilação interna do modelo foi indicada como a mais desafiadora pelas empresas.

Essa dificuldade revela algo a mais, que a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil é uma proposta portada pelo empresário, pelos diretores e pelos gerentes. O trabalhador, tido como público prioritário da RSE, se apresenta mais como expectador do que participante da organização do modelo dentro da empresa. Tanto é que quando questionadas sobre o que motivou a adoção da RSE, as empresas indicaram essas lideranças como a motivação principal, com ênfase nos fundadores das empresas.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) também foi indicada nessa pesquisa como um modelo profético, uma tendência inexorável do capitalismo. As empresas entrevistadas discorreram sobre um tempo passado, filantrópico, e o vigente, da RSE. Também profetizaram que se as empresas não mudarem, não farão mais parte do sistema: “a tendência é inexorável eu acho assim cada vez

menos é opcional, cada vez menos uma escolha... isso é um caminho sem volta” (REPRESENTANTE DO ITAÚUNIBANCO¹ apud REINEHR, 2011, pg. 118).

O fenômeno se mostrou explicitamente instrumental aos negócios da empresa quando compreendido como atração de funcionários, motivação ao trabalho e diferencial mercadológico. As empresas se mostraram conscientes de que há algo mais que motiva a atual geração a se engajar na empresa capitalista, para além da perspectiva de carreira e bons salários. A atração extra de engajamento da geração atual é oferecida pelo modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE). O mesmo procede para os que já estão inseridos na empresa. Para estes, as práticas advindas da RSE surgem como motivadoras para continuar engajando-os na empresa. Já em relação ao diferencial mercadológico, a RSE foi considerada como uma ferramenta de competitividade e, conseqüentemente, instrumental à obtenção de lucro; por mais que não se quis admitir abertamente a instrumentalidade à lucratividade no âmbito da pergunta específica sobre lucro.

Durante essa pesquisa, na reflexão específica sobre Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e lucro, as empresas preferiram indicar haver uma relação entre RSE e agregação de valor à imagem da empresa, mais do que agregação de lucro. Houve, também, determinada insistência em afirmarem não serem socialmente responsáveis em função do incremento do lucro. O lucro era constantemente qualificado de sustentável. Até certo ponto, percebeu-se um incômodo entre os entrevistados em afirmar o incremento do lucro por meio da RSE.

As empresas investigadas na pesquisa procuraram se diferenciar da figura do filantropo, como uma necessidade de afirmação de uma identidade contrária àquela. Buscaram distinguir suas práticas socialmente responsáveis das filantrópicas. Isso não significa que o comportamento caritativo deixou de existir, pois práticas enfatizadas durante as entrevistas tinham um caráter filantrópico ainda. Nesse contexto de negação do que fosse a RSE, o *marketing* social também foi mencionado.

Reinehr (2011) procurou, também, elucidar o que fosse primordial para ser considerada uma empresa socialmente responsável. Dessa forma, ao final das entrevistas, os respondentes foram questionados sobre o que fosse uma empresa não socialmente responsável. Para esse grupo de empresas é a que *não tem uma*

¹ ItaúUnibanco é uma empresa brasileira de grande porte do sistema financeiro.

função para além da reprodução do lucro, que não se atenta para as relações reticulares da empresa, que não é legalista e não está focada nos funcionários.

Reflexões iniciais comparativas latino-americanas

Em relação ao fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) na América Latina, a obra *Rethinking Corporate Social Engagement – lessons from Latin America*, de Lester M. Salamon, lançada em 2010, é de interesse. O autor buscou levantar a realidade latino-americana do que chama “engajamento social corporativo”, e não “responsabilidade social empresarial”. A troca do termo “responsabilidade” para “engajamento” teve o propósito de chamar a atenção para o que o autor acha que deveria ser o fenômeno, o engajamento empresarial em problemas societários. No caso latino-americano, “a contribuição que o engajamento social corporativo faz para a sociedade latino-americana, mas do que a contribuição que faz para os negócios latino-americanos” (SALAMON, 2010, pg.13, tradução nossa).

Com base em dados de crescimento do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) em cinco países da América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e México), Salamon (2010) procurou identificar o quanto significativo foi este crescimento. Não deixa de sublinhar, contudo, que o movimento em torno do modelo entre os países investigados não é uniforme, nem unidirecional.

Para levantar a realidade do modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) na América Latina, Salamon (2010) tomou como meio de verificação uma pirâmide – *Corporate Social Engagement Pyramid*, criada por ele a partir da modificação do que chama de “MBA approach”. Este é o arsenal de ideais do mundo corporativo anglo-saxão para justificar o engajamento na RSE, caracterizado pelas compensações econômicas adjacentes à proposta, que tem como principais fontes Michael Porter e Mark Kramer.

Como interpreta Salamon (2010), o “MBA approach” difunde três ideias principais de defesa da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) para o empresariado. A primeira, conhecida como *profitability*, é a de que a RSE é um imperativo ético e econômico, o que justifica um comportamento ético para fins econômicos. A segunda, *proliferation*, aborda a diversidade de públicos com os quais a organização empresa tem que se relacionar; e não mais a família fundadora

do negócio. A terceira, *professionalization*, sublinha os processos de institucionalização do modelo de RSE dentro da empresa.

Salamon (2010) se apropriou das duas últimas ideias do MBA approach para analisar o contexto latino-americano. Além, acrescentou três outros elementos que julgou ser importante para a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) da América Latina, em função das características históricas, econômicas e sociais da região: *participation*, *partnering*, *penetration*.

O primeiro, *participation*, se refere ao engajamento das comunidades em torno da empresa na identificação dos objetivos prioritários da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), em contraposição ao processo corrente de elaboração da proposta pelos que ocupam os cargos mais altos na organização. O segundo, *partnering*, está relacionado com a implantação de parcerias entre empresa, Estado e sociedade civil organizada para a resolução dos problemas estruturantes do país em que a empresa atua. A terceira, *penetration*, é referente ao quanto o modelo se incorpora nos processos de negócio da empresa.

É a partir dos cinco elementos citados, integrantes da *Corporate Social Engagement Pyramid*, que Salamon (2010) parte para mapear a situação da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) entre esses cinco países da América Latina, de forma a verificar o quanto se caminhou da tradição filantrópica para o “engajamento social corporativo”.

Salamon (2010) identifica que a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no contexto latino-americano advém da filantropia de tradicionais famílias empresariais, marcada pela religião católica, pelo paternalismo e pelo assistencialismo, e que não tratou das reais causas da pobreza na região. Apesar do histórico filantrópico, o autor percebe mudanças em direção à proposta da RSE.

Como fatores que animaram o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no contexto latino-americano, Salamon (2010) identifica mudanças no âmbito político-econômico da região, a atuação considerada como ineficiente do Estado – uma espécie de discurso que considera as empresa como agente de mudança concorrente ao Estado - a presença de multinacionais e de institutos estrangeiros, e uma gama de atores locais que fomentaram a RSE entre o empresariado latino-americano².

² Dentre estes atores, destacam-se: na Argentina - Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE), Institute for the Enterprise Development of Argentina (IDEA), Argentine Business Council for

Salamon (2010) indica que para o contexto latino-americano, a ideia explícita anglo-saxã de compensações econômicas por meio da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é mal vista pela população latina, que já possui histórico de desconfiança prévia do empresariado na região. Os imperativos religiosos e éticos das tradicionais famílias empresariais também se apresentam como explicações para a não recepção uniforme dessa ideia entre o empresariado daqui.

O autor chama a atenção para os elementos *participation* e *penetration* no contexto sócio-empresarial latino-americano, mais do que para outros elementos, em função da necessidade de maior envolvimento das comunidades na proposta da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), e da inserção desta nos negócios da empresa, a se distanciar da tradicional filantropia. Em momentos de crise, verificou que o Investimento Social Privado (ISP) impactou negativamente na sociedade civil organizada pela diminuição de recursos destinados aos projetos sociais desta. A análise em torno do elemento *partnering* indica a existência de parcerias de caráter filantrópico e com organizações da sociedade civil de longo histórico de atuação.

Salamon (2010) identifica que os avanços do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) se concentraram nas empresas atuantes em áreas de maior degradação ambiental e social. Sublinha, também, a ausência de uma regulação civil em torno das corporações, que poderia ser composta por forças sociais que pautassem o engajamento social corporativo.

Em um exercício de reflexão sobre as similaridades e diferenças entre os dados identificados entre o grupo de empresas paulistas (REINEHR, 2011), o arsenal de ideias do “MBA approach” (PORTER e KRAMER apud SALAMON, 2010) e os novos elementos introduzidos para a América Latina (SALAMON, 2010), é possível a indicação de algumas similaridades, mas não sem singularidades.

Em relação ao elemento do *profitability* do “MBA approach”, que preconiza as compensações econômicas adjacentes à proposta da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), isto se mostrou como o dado mais controverso entre o grupo de empresas paulistas. A RSE foi considerada um diferencial mercadológico por essas

Sustainable Development, Fundación Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE); no Brasil - Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (AMCHAM), Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), Fundação Abrinq, Instituto Ethos; no Chile - Ación RSE, Fundación Prohumana, SOFOFA; na Colômbia - Fundación Social, Carvahal Foundation, Fundación Empresarios por la Educación, Fundación Avina, Center on Philanthropy; no México – Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC), Centro Mexicano para Filantropia (CEMEFI), ALIARSE por México, Consejo Coordinador Empresarial, Fundación Dibujando um Mañana.

empresas. Conseqüentemente, se é uma ferramenta de competitividade, é instrumental ao lucro dos negócios. Contudo, assumir a instrumentalidade à lucratividade foi algo incômodo ao grupo pesquisado.

Em enquete da pesquisa paulista, 60% das empresas discordaram que a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) fosse uma ferramenta de agregação de lucro e 40% concordaram que fosse. Diferentemente das respostas às outras considerações do questionário dessa investigação, em que se percebeu um extremo nível de concordância ou discordância, na consideração sobre o lucro, a taxa de diferença entre as respostas “discordo” e “concordo” diminuiu.

Nas entrevistas, as empresas paulistas se sentiram mais à vontade para declarar que havia relação entre Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e lucro, mas com reticências. Indicaram haver uma relação entre RSE e agregação de valor à imagem da empresa, mais do que agregação de lucro. Houve, também, insistência por parte das empresas em afirmarem não serem socialmente responsáveis em função do incremento do lucro. Até certo ponto, percebeu-se um incômodo entre os entrevistados em afirmar o incremento do lucro por meio da RSE.

Como já mencionado, Salamon (2010) identificou a recepção incompleta da ideia de lucratividade sob a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no contexto latino-americano. O autor avalia que a persuasão do imperativo econômico pode funcionar para a comunidade empresarial, mas não para a sociedade civil organizada na região. Para esta, o utilitarismo da abordagem econômica da RSE causa suspeitas em torno das intenções corporativas. A dificuldade de inserir o elemento do *profitability* para a análise do contexto latino-americano faz com que Salamon (2010) não o inclua em sua *Corporate social Engagement Pyramid*.

Referente ao elemento *proliferation* do “MBA approach”, que aborda a diversidade de públicos com os quais a organização empresa tem que se relacionar, este foi um dos aspectos mais exacerbados pelo grupo paulista, além da legalidade. Para o grupo pesquisado, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é um conjunto de novas conexões. As empresas fizeram referência à necessidade de implantação de relações com comunidade, governo, clientes, fornecedores, funcionários, etc. Ao caracterizarem a empresa não socialmente responsável, indicaram a não percepção das relações reticulares como outra característica das empresas que não fazem parte do grupo; além da ilegalidade. Não estabelecer

relações reticulares é “uma empresa que se fecha em copas” (REPRESENTANTE DA EDITORA GLOBO³ apud REINEHR, 2011, pg. 126).

Outro elemento do “MBA approach” também identificado entre o grupo de empresas paulistas foi o *professionalization*, com a singularidade da dificuldade de institucionalização. Inicialmente, a profissionalização em torno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) já é perceptível pelos representantes das empresas que participaram das entrevistas da pesquisa, em sua maioria ocupantes de cargos específicos para lidarem com os temas adjacentes à RSE. Além disso, as empresas indicaram a institucionalização do modelo no âmbito da empresa, o que implica em manutenção também, como uma das práticas mais desafiadoras da RSE, uma “catequese” (REPRESENTANTE DA FLEURY⁴ apud REINEHR, 2011, pg. 114).

Como mencionada anteriormente, essa dificuldade de institucionalização revela que, no Brasil, o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é portado pelos empresários, diretores e gerentes, com pouca participação dos trabalhadores; apesar de considerados o público prioritário do modelo pelas empresas investigadas. Esse dado coaduna com a ênfase que Salamon (2010) fornece ao seu elemento *participation*. O autor chama a atenção para a necessidade de mudar os processos de organização da RSE de um movimento costumeiro de “cima para baixo” para de “baixo para cima”.

Outro elemento introduzido por Salamon (2010) para a análise do contexto latino-americano da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), o *partnering*, é observado entre as empresas paulistas, com certa fragilidade em relação à cooperação com o poder público. Para a maioria das empresas paulistas, a RSE não foi vista como uma ação concorrente à ação estatal, mas complementar, “as empresas podem sim potencializar e ajudar no papel do Estado e não assumir o lugar dele” (REPRESENTANTE DA FERSOL⁵ apud REINEHR, 2011, pg. 103).

Contudo, apesar da indicação de parcerias com o Estado por meio da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), prática relacionada a isto e investigada durante a enquete - se a empresa desenvolvia parcerias com o Governo (municipal, estadual ou federal) para apoiar a implementação de políticas públicas sociais ou ambientais - não obteve uma alta porcentagem de implementação se comparada às

³ Editora Globo é uma empresa brasileira de grande porte do setor de comunicação.

⁴ Fleury é uma empresa brasileira de grande porte de análises clínicas e medicina diagnóstica.

⁵ Fersol é uma indústria brasileira de médio porte na área de defensivos agrícolas.

outras práticas investigadas no questionário. A resposta a esta prática se distribuiu da seguinte forma: 51% das empresas responderam que implementavam parcerias com governos, 40% responderam que não implementavam, 6% responderam que aquilo não se aplicava à empresa, e 3% responderam que não sabiam. Apesar das falas nas entrevistas apontarem a RSE como um instrumento potencializador da ação estatal, a taxa efetiva de desenvolvimento de parcerias com o poder público não foi tão expressiva se levada em consideração a alta taxa de execução de outras práticas investigadas.

Ainda no que tange o Estado, alguns discursos encontrados por Salamon (2010) entre os países latino-americanos pesquisados, de competitividade entre as empresas da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e o Estado, em função da ideia de ineficiência estatal, isso não foi perceptível entre o grupo de empresas paulistas, que sustentaram discursos de atuação que potencializa a do Estado.

Das ideias em torno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), uma se apresenta como distintiva no caso brasileiro, a da legalidade. Observa-se que o sentido fornecido pelas empresas paulistas à RSE de cumprimento da legislação não advém do arsenal de ideias anglo-saxãs, o “MBA approach”. Também, não é componente do conceito objetivo de RSE difundido por institutos empresariais brasileiros. A legalidade é indicada, especificamente, pelos agentes praticantes da ação, pela intencionalidade dos proprietários, diretores e gerentes das empresas.

Isso instiga a reflexão sobre o quanto é singular o papel da legalidade, e consequentemente do Estado, à proposta da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil e em outros países do contexto latino-americano, em função de uma formação societal aproximada entres estes, e não inclinada à dos países anglo-saxões.

No caso específico dos Estados Unidos da América (EUA), país cuja matriz de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) foi transposta para o Brasil, a formação da sociedade é marcada pelo civismo norte-americano, classicamente descrito, no século XVIII, por Tocqueville (2004). Este observa que todos os interesses públicos dos EUA eram decididos coletivamente. Sublinha, também, que essa capacidade cívica entre os norte-americanos se originou em função da particularidade histórica deles, em que a sociedade civil ocorreu antes da formação do Estado.

No Brasil, para exemplificar um caso latino-americano, o civismo é moldado pela formação política particular do país, onde a instituição Estado é criada antes da organização de uma “sociedade comunitária” (WERNECK, 2004, p. 200). Os grandes ensaístas da sociedade brasileira já nos analisaram a partir das concepções racionais europeias. Faoro (1993) indicará que somos uma sociedade civil débil em função do típico Estado patrimonialista ibérico. Holanda (1963) corroborará essa ideia ao indicar que somos uma sociedade civil frágil em função da característica patriarcal da família rural brasileira. DaMatta (1980) indicará a existência concomitante de dois códigos valorativos no seio da sociedade brasileira, o de hierarquia e o de igualdade.

Todas essas são interpretações de importância para a compreensão da sociedade brasileira, mas se aceitarmos sem críticas a ideia subjacente a todas de comparação da história do Brasil ao linear desenvolvimento da cultura capitalista europeia e norte-americana. Aqui, nos aproximamos mais de como nos interpreta Souza (2000), de que há apenas um código valorativo preponderante na sociedade brasileira, o do indivíduo racional, apesar das especificidades que nossa formação histórica fornece ao capitalismo brasileiro. O autor analisará como os valores modernos foram institucionalizados no Brasil a partir da chegada do Estado e do Mercado, que colocaram “de ponta cabeça os valores do personalismo então dominante no país” (SOUZA, 2000, p. 255).

Como afirma Werneck (2004), o Estado teve papel civilizador no país. O autor esclarece que no Brasil da década de 1980 acreditava-se que, reconquistadas as instituições democráticas, “encontrar-se-ia uma sociedade que lhe conferiria vida e robustez” (WERNECK, 2004, p. 198). Mas após a promulgação da Constituição de 1988, que restabeleceu nossas instituições democráticas, a sociedade ainda não apresentava um padrão de civismo compatível com as estruturas democráticas. Clara está uma alusão do autor à história da formação política do Estado moderno nos moldes europeus e norte-americanos, caracterizados, respectivamente, pela revolução burguesa e pela forte sociedade civil e, posteriormente, pela existência do Estado racional.

Contudo, Werneck (2004) reconhece a singularidade brasileira ao esclarecer que ocorre o inverso no país, pois será o Estado o organizador de uma sociedade comunitária e por meio deste é que o liberalismo chegará ao país. O autor defenderá que será a partir do Estado que novas mentalidades políticas, e econômicas, serão

fomentadas na sociedade brasileira. Ou seja, o Estado propiciará o “suporte valorativo do individualismo cívico” (WERNECK, 2004, p. 207).

É diante do papel histórico do Estado no Brasil, das especificidades da formação societal do contexto latino americano, e do dado de influência desta instituição moderna para a organização da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no país - seja pelo rol de práticas socialmente responsáveis advirem da legislação, seja pelo sentido fornecido ao fenômeno de cumprimento da lei - que se justificam investigações sobre a relação entre intervenção estatal e orientação (ou reorientação) do comportamento empresarial socialmente responsável em termos comparativos.

Apesar da análise latino-americana de Salamon (2010) não tangenciar a influência do Estado na organização dos conteúdos da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), outros autores já apontam o aspecto legal-institucional como outro meio de estudo do fenômeno. Williams e Aguilera (2008) indicam que a regulamentação do Estado pauta o grau de adesão a determinadas práticas sob a égide do modelo de RSE. Ao discorrerem sobre os incipientes estudos comparativos da RSE, sublinham a necessidade de se estabelecer como unidade de comparação o aspecto legal-institucional dos países. Defendem o Estado como um *locus* que encoraja a RSE a partir da importância que fornece a determinados temas, e por um movimento que começa no poder público e acaba na sociedade civil. As regulamentações estatais criariam expectativas sociais em torno das empresas cujo atendimento seria pressionado pela sociedade civil organizada.

Também, Gutierrez e Jones (2004) sublinham o papel da legislação para reforçar a Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Enfatizam que, tanto no contexto latino-americano, quanto no contexto norte-americano, a evolução do modelo de se deu a partir do histórico filantrópico, especialmente, das elites familiares empresariais. Contudo, os caminhos que o modelo seguiu em cada contexto se deram, em parte, à influência da legislação e do papel dos governos em fomentar ou restringir a prática socialmente responsável. No caso norte-americano, exemplificam com a atuação das agências reguladoras na determinação do escopo da RSE nos Estados Unidos da América (EUA).

A investigação que relaciona intervenção estatal e comportamento empresarial socialmente responsável, em bases comparativas na América Latina, demanda, inicialmente, a apreensão de outras mentalidades latino-americanas

adjacentes à Responsabilidade Social Empresarial (RSE), de forma a identificar se o aspecto da legalidade se apresentará fortemente em outros grupos para além dos paulistas. A ida direta aos agentes da empresa continua necessária, pois apesar do arsenal de ideias que é difundido entre o empresariado por institutos corporativos, a recepção deste arcabouço ideológico sempre sofre refrações, como as encontradas entre as empresas paulistas. Em seguida, a investigação necessita da análise minuciosa dos conteúdos da RSE entre os países latino-americanos para a identificação de como o contexto-legal institucional destes organiza ou não os conteúdos socialmente responsáveis das empresas privadas.

Considerações finais

O *paper* objetivou levantar reflexões iniciais para subsidiar investigações comparativas em contextos latino-americanos sobre o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), com enfoque em aspectos institucionais-legais. A ideia surge do esforço de continuação do estudo de mentalidades singulares adjacentes ao fenômeno da RSE entre países não anglo-saxões. Inicialmente, retomou sentidos fornecidos à Responsabilidade Social Empresarial (RSE) por um grupo de empresas brasileiras, com a distinção do aspecto legalista da RSE no país. A partir desses sentidos, iniciou reflexões comparativas em torno de outros sentidos latino-americanos à RSE. Por fim, justificou a análise da RSE pela influência da instituição Estado na organização dos conteúdos da RSE em contextos de formação social diferentes dos anglo-saxões.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. **On justification: economies of worth**. New Jersey: Princeton University, 2006.

_____. The sociology of critical capacity. **European Journal of Social Theory**, Londres, 2 (3), p. 359-377, 1999. Disponível em: <http://est.sagepub.com/content/2/3/359>. Acesso em 8 fev. 2011.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mario. **The political economy of corporate responsibility in Brazil**. Programme on Technology, Business and Society/ UNRISD, Genève, paper 14, nº 1, 2004.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mario; MOREL, Regina; PESSANHA, Elina. As organizações empresariais e a responsabilidade social. In: KIRSCHNER, Ana Maria;

GOMES, Eduardo; CAPPELIN, Paola (Org.). **Empresa, empresário e globalização**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, FAPERJ, 2002. Parte III, p. 253-277.

DaMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

FAORO, Raymundo. A aventura liberal numa ordem patrimonialista. **Revista USP**, São Paulo, nº 17, p. 14-29, 1993.

GUTIÉRREZ, Roberto; JONES, Audra. Corporate social responsibility in Latin America: an overview of its characteristics and effects on local communities. In: **Corporate social responsibility in the promotion of social development: experiences from Asia and Latin America**. Washington: Inter-American Development Bank, 2004. Parte II, Capítulo 9, p. 151-187.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1963.

INSTITUTO Ethos. **Manual de Incorporação dos Critérios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial**. São Paulo: ETHOS, 2011 Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/295/aprenda_mais/publicacoes/publicacoes.aspx. Acesso em: 11 fev. 2011.

_____. **Práticas e perspectivas da responsabilidade social empresarial no Brasil 2008**. São Paulo: ETHOS, 2008. Disponível em: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/295/aprenda_mais/publicacoes/publicacoes.aspx. Acesso em: 22 mar. 2011.

_____. **Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial 2007**. São Paulo: Ethos, 2007.

_____. **Critérios essenciais de responsabilidade social empresarial e seus mecanismos de indução no Brasil**. São Paulo: Ethos, 2006.

MÜLLER, Lúcia Helena A.. A construção do *social* a partir da ótica empresarial. In: **WORKSHOP EMPRESA, EMPRESÁRIOS E SOCIEDADE**. 5, Porto Alegre, 2006. Papers. Porto Alegre: PUCRS, 2006. 19 p. Disponível em: http://www.fee.tche.br/5workshop/pdf/mesa05_lucia.pdf

REINEHR, Jaciane Pimentel Milanezi. A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista. In: **WORKSHOP EMPRESA, EMPRESÁRIOS E SOCIEDADE**. 8, Curitiba, 2012. Papers. Curitiba: UFPR, 2012. 30 p. Disponível em: <http://repositorio.bce.unb.br/handle/10482/11082>

_____. **A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista**. 2011. 162 f., il. Dissertação (Mestrado em Sociologia Urbana) - Universidade de Brasília, Brasília, 2011. Disponível em: <http://repositorio.bce.unb.br/handle/10482/9874>

SALAMON, Lester M. **Rethinking corporate social engagement: lessons from Latin America**. USA: Kumarian Press, 2010.

SOUZA, Jessé. **A modernização seletiva: uma reinterpretação do dilema brasileiro**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.

TOCQUEVILLE, Alexis. **A democracia na América**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WERNECK, Vianna; CARVALHO, Maria. A experiência brasileira e democracia. In: CARDOSO, Sérgio (org.). **Retorno ao republicanismo**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004. p. 197-225.

WILLIAMS, Cynthia A.; AGUILERA, Ruth V. Corporate social responsibility in a comparative perspective. In: CRANE, Andrew; McWILLIAMS, Abigail; MATTEN, Dirk; MOON, Jeremy; SIEGEL, Donald. **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility**. New York: Oxford University Press, 2008. Parte VI, Capítulo 20, p. 452-472.