



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

MARIA ESTELA ARAÚJO FERREIRA SANTOS

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA: IMAGENS E SUBSTÂNCIAS REFLETIDAS PELO OLHAR DOS
TRABALHADORES**

Salvador
2005

MARIA ESTELA ARAÚJO FERREIRA SANTOS

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA: IMAGENS E SUBSTÂNCIAS REFLETIDAS PELO OLHAR DOS
TRABALHADORES**

Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. **Genauto França Filho**

Salvador
2005

Ferreira Santos, Maria Estela Araújo

Representações sociais em responsabilidade social corporativa:
Imagens e substâncias refletidas pelo olhar dos trabalhadores / Maria
Estela Araújo Ferreira Santos. – Salvador: M. E. A. Ferreira Santos, 2006.
181f.

Orientador: Professor Genauto França Filho.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia. Núcleo
de Pós-Graduação em Administração, 2005.

1. Responsabilidade Social Empresarial. 2. Cidadania Corporativa.
3. Representações Sociais, Ética, Organizações, Trabalhadores, Poder.
Universidade Federal da Bahia. Núcleo de Pós-Graduação em Adminis –
tração.

TERMO DE APROVAÇÃO

MARIA ESTELA ARAÚJO FERREIRA SANTOS

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA: IMAGENS E SUBSTÂNCIAS REFLETIDAS PELO OLHAR DOS
TRABALHADORES**

Dissertação apresentada para obtenção do grau de Mestre em Administração,
Universidade Federal da Bahia – UFBA, pela seguinte banca examinadora:

Genauto França Filho – Orientador _____
Escola de Administração UFBA

Carlos Milani _____
Escola de Administração /UFBA

Ruthy Laniado _____
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas/ UFBA

Salvador, 20 de Dezembro de 2005.

Aos meus grandes amores:

Sarah, João, Luiz, Vítor e meus pais.

AGRADECIMENTOS

A Deus Pai, pela família e oportunidades que me ofereceu, as quais têm contribuído para que eu busque a melhoria como pessoa.

Aos meus filhos, João e Sarah, e ao meu companheiro Luiz, que me dão força para prosseguir, aceitando com paciência as minhas ausências, a tensão e os sacrifícios que este trabalho trouxe ao nosso convívio. Mas que, acima de tudo, são o porto seguro, a razão de acreditar e, principalmente, o que há de mais feliz e importante em minha vida.

À minha mãe, que, em seu amor, me aceita e me apóia, empenhando-se para colaborar de todas as formas para que eu concretizasse esta produção, oferecendo seu carinho, atenção, sua casa e a maternagem, tanto a mim quanto às crianças.

A Lula e Suzana, que, neste momento de nossas vidas, ofereceram não só amizade, mas seu tempo, seu carinho, amor, atenção, paciência e dedicação para comigo, Luiz, Sarah e João.

Aos meus irmãos e amigos, Eliana, Gilberto, Alessandra, Lui, Duda, Paty, Mateus e Karina, por sua atenção e carinho com as crianças e por sua colaboração no trabalho de escrita desta dissertação.

Agradeço ao meu orientador, Professor Genauto França Filho, cujo exemplo como estudioso e pesquisador, associado às palavras de apoio e incentivo durante a escrita desta dissertação, me animaram a persistir, e cuja exigência, como mestre, foi decisiva para que eu buscasse extrair a melhor performance para a conclusão deste trabalho.

Agradeço aos professores e aos funcionários do mestrado pelo árduo trabalho em educação que realizam com compromisso e seriedade.

Agradeço a Cristiane, Edilma, Graça, Ilca e Rosário, que demonstraram o quanto colegas de trabalho podem ser solidárias, éticas e amigas verdadeiramente valiosas.

Aos meus colegas de mestrado Camille, Airton, Tatiana, Ludimila, Lys e Edmilson, amigos ao longo do mestrado e nos momentos de dúvida.

Aos Professores Milani e Reginaldo, cujos conhecimentos significaram diferencial em meu percurso como pesquisadora e que, como pessoas, influíram na postura escolhida para a carreira acadêmica que desejo seguir.

À equipe da empresa pesquisada, em especial à Márcia, pela participação neste trabalho.

Acima de tudo, meus sinceros agradecimentos a todos que participam da minha vida, torcem por meu sucesso e que, na forma peculiar a cada um, me aceitam com qualidades e defeitos e me dedicam amor e amizade.

Estes agradecimentos são importantes já que a natureza nos fez interdependentes do convívio associativo desde os ritos do nascimento, e porque, para o gênero feminino, somente com o apoio e carinho de amigos e familiares se pode dar conta

de tantos papéis sobrepostos: maternidade, trabalho, aluna, mulher, filha, esposa, amiga....

E, finalmente, ao meu pai, que partiu, mas não antes de deixar marcado para seus filhos a importância da busca do saber, em sua concepção, o único bem efetivo do sujeito, não passível de apropriação por outrem e caminho para o desenvolvimento pessoal e espiritual.

[...] “A idade pós-moderna é uma idade visual, cinematográfica, que conhece a si mesma em parte pelos reflexos que fluem através da lente da câmera. O “*voyeur*” é o *self* pós-moderno. Náufragos em um mar de símbolos, nós nos encontramos, todos “*voyeurs*”, produtos do olhar cinematográfico.” Em vez de audiência ou autores coadjuvantes em uma existência teatral (Goffman, 1959), tornamo-nos “*voyeurs*” de uma realidade cinematográfica [...].

Wood Jr, 2000

RESUMO

Em uma Era marcada por uma sociedade teatral e cinematográfica, onde a imagem e o espetáculo substituem a substância dos fatos, o homem se depara com um esvaziamento de valores humanitários e de ética nas relações sociais. A globalização do comércio acirrou a concentração econômica e as desigualdades sociais, condenando milhões de pessoas à fome e à falta de perspectivas futuras. Nos países ricos, o *Welfare State* dá sinais de falência e sua falta de fôlego ameaça a qualidade de vida da maioria. Neste cenário, a atuação da sociedade civil, de consumidores e de trabalhadores, pressiona o setor privado a assumir posturas mais éticas e responsáveis. A confluência desses e de outros fatores (acidentes ecológicos, corrupção e escândalos de governança) fez proliferarem ações de Responsabilidade Corporativa, que passaram a objeto de estudos acadêmicos quanto à percepção e comportamento de consumidores e acionistas. Considerando a complexidade do fenômeno e o flagrante paradoxo entre a retórica organizacional e as práticas no interior das organizações, a presente dissertação tem por objetivo conhecer as representações sociais quanto à Responsabilidade Social das Empresas (RSE) entre trabalhadores de uma indústria do Pólo Petroquímico de Camaçari. Utilizou-se metodologia qualitativa de estudo de caso, adotando a Teoria das Representações Sociais como referencial teórico, tendo sido encontrados quatro discursos sobre os sentidos e significados atribuídos pelos trabalhadores à atuação socialmente responsável da organização. A relevância desta pesquisa se verifica pela condição socialmente desfavorável deste ator historicamente submetido aos valores corporativos. Neste sentido, é importante que novos estudos aprofundem a análise da coerência entre os discursos veiculados pelas empresas e as práticas corporativas efetivas, em especial, nas suas relações com trabalhadores e fornecedores.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial, Cidadania Corporativa, Representações Sociais, Ética, Organizações, Trabalhadores, Poder.

ABSTRACT

At an era characterized by a society focused on the media, in which the substance of facts is substituted by image and show, man finds himself land the erosion of humanitarian values and ethics in social relationships. Trade globalization has reinforced the economic concentration and the social inequalities among rich and poor countries, in which the *Welfare State* signs collapse, threatening the life quality of the majority. Within this scenario, the actions of the civil society, of the consumers, as well as of the workers, put pressure on the private sector in order to adopting more responsible and ethical attitudes. The convergence of these factors has spread Corporate Responsibility, which became object of academic studies on the perception and behavior of consumers and shareholders. In considering the complexity of this phenomenon and the paradox observed between the corporation's social rhetoric and the praxis inside the companies, the main objective of the current dissertation is studying the social representations related to the corporative social responsibility among the workers of an industry located in Camaçari Petrochemical Complex / Bahia / Brazil. It was used a case study qualitative methodology, by adopting the Theory of the Social Representations as theoretical reference and were found in the worker's discourses four approaches on the senses and meanings of corporative social responsibility. The relevance of this research can be verified by the socially unfavorable condition of this actor (the worker) historically submitted to the corporate values. In this regard, there should be deeper analysis on the coherence between the speeches made by the companies and the real corporative practices, especially, concerning their relations with the workers and suppliers.

Keywords: Corporative Social Responsibility, Corporative Citizenship, Social Representations, Ethics, Organizations, Workers, Power.

LISTA DE FIGURAS

Figura I	–	Informe Organizacional I	57
Figura II	–	Dinheiro Não é Tudo	59
Figura III	–	Balanço Social.....	63
Figura IV	–	Honestidade.....	65
Figura V	–	Conscientizando o Homem (Àrvore).....	65
Figura VI	–	A serviço do homem	68
Figura VII	–	Consumo Consciente.....	69
Figura VIII	–	Gráfico	80
Figura IX	–	Personalização do Capital	85
Figura X	–	Pesquisa FIEB 2004 – Responsabilidade Social das Empresas	89
Figura XI	–	Campanhas Natalinas.....	100
Figura XII	–	Preservação ambiental – Crédito da Indústria	107
Figura XIII	–	Centralidade das Organizações.....	111

LISTA DE TABELAS

Tabela I –	Percepções dos Trabalhadores Quanto às Práticas de RSE	24
Tabela II –	Tipologia da Responsabilidade Social Empresarial por Cheibub e Locke.....	73
Tabela III –	Descrição da Tipologia de RSE proposta por Cheibub e Locke.....	73
Tabela IV –	Modelos de RSE Quanto às Percepções e Ações das Empresas por Cappellin	75
Tabela V –	Concepções de RSE do Instituto Observatório Social	76
Tabela VI –	Perfil dos Trabalhadores Informantes da Amostra.....	122

LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

ABM	Associação Brasileira de Metalurgia e Materiais
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ACDE	Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
BAWB	<i>Bussines as an Agent of World Benefit</i>
CID	Código Internacional de Doenças
COFIC	Comitê de Fomento Industrial de Camaçari
CST	Companhia Siderúrgica de Tubarão
FIEB	Federação das Indústrias do Estado da Bahia
GAPA	Grupo de Apoio aos Pacientes com AIDS
GIFE	Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
IOS	Instituto Observatório Nacional
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
NPGA	Núcleo de Pós-Graduação em Administração
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico
OIT	Organização Internacional do Trabalho
OMS	Organização Mundial da Saúde
OSI	Organização de Simbolismo Intensivo
ONG	Organização Não-Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PNBE	Pensamento Nacional das Bases Liberais (PNBE)
SER	Responsabilidade Social Empresarial
RSC	Responsabilidade Social Corporativa
SENAI	Serviço Nacional da Indústria
TDSS	Teoria da Delimitação dos Sistemas Sociais

LISTA DE APÊNDICES

Apêndice I – Roteiro de Entrevista

Apêndice II – Termo de Consentimento Informado

Apêndice III – Solicitação de Permissão para Realização de Pesquisa Acadêmica na Empresa

Apêndice IV – Termo de Compromisso

Apêndice V – Reportagem sobre Turismo da Indigência

Apêndice VI – Discurso Organizacional: Mídia Escrita e Publicações Corporativas

Apêndice VII – Histórico para Divulgação ABNT

Apêndice VIII – Caso Ilustrativo – Vale do Rio Doce

SUMÁRIO

I INTRODUÇÃO.....	15
II CONCEITOS	27
2.1 O que é Responsabilidade.....	27
2.2 Trabalho e Trabalhador.....	28
2.3 Dimensão Simbólica	33
III A RELAÇÃO ENTRE O MERCADO, O ESTADO E O SOCIAL	37
3.1 Associação entre o declínio do Estado de Bem-Estar Social e o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial.....	37
3.2 Reflexões sobre o Mercado.....	47
3.3 A Ética em tempos de Democracia Liberal	54
IV RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	62
4.1 Histórico.....	66
4.2 Definindo a Responsabilidade Social Empresarial	71
4.2.1 Conceitos	71
4.2.2 Conceito que norteou esta Pesquisa.....	77
4.3 Os sentidos e a viabilidade da Responsabilidade Social Empresarial.....	78
4.4 Práticas: o lugar da Responsabilidade Social Empresarial.....	91
4.4.1 Responsabilidade Social Empresarial e Ética	93
4.4.2 Responsabilidade Social Empresarial: Marketing e Moda Gerencial	96
4.5 Responsabilidade Social Empresarial: maior poder às Organizações Mercantis no controle do Social	107
V PROPOSTA METODOLÓGICA	113
5.1 Análise dos Discursos dos Sujeitos Coletivos (DSC).....	113
5.2 Teoria das Representações Sociais	116
5.3 Procedimentos Adotados	120
5.4 Lócus do Estudo	123
VI RESPONSABILIDADE CORPORATIVA: PERCEPÇÃO DOS TRABALHADORES	128
6.1 Discursos	128

6.2 Algumas considerações sobre os discursos na Dinâmica Organizacional.....	143
VII CONSIDERAÇÕES FINAIS	157
VIII REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	165
XIX APÊNDICES	173

I INTRODUÇÃO

A expressão Responsabilidade Social passou a ser empregada como sinônimo de Responsabilidades Social Corporativa ou Empresarial ¹ (RSE ou RSC), sendo tratada, inclusive, como uma estratégia e inovação em gestão (HAYDEL, 1989; PESQUEX, BIEFNOT *apud* SALMON, 2005; FRANÇA, 2005; TREVISAN, 2002; CREDIDIO, 2003, ZADEK, 2003), embora o fenômeno possa ser entendido como uma prática também dos demais atores da sociedade civil e do Estado (FERNANDES, 2000).

Não há consenso quanto ao que o conceito de Responsabilidades Social Empresarial comporta, sendo esta entendida, de forma cotidiana, como “apoio a causas sociais e ambientais”. Entretanto, a discussão quanto às práticas e à definição de RSE aponta para um ponto crucial – a ética nas organizações e nos sistemas econômicos (SALMON, 2005; MATTAR, 2001; CREDÍDIO, 2003; SENNA, 2000). Ética no sentido do bem coletivo diferentemente do vivenciado até o momento, onde o domínio do econômico sobre as esferas política, social e geográfica, de forma mundial (POLANYI, 1980), tem gerado concentração econômica e desigualdade social entre continentes e países, além de destruição ambiental.

Alguns dados parecem ilustrativos desta afirmação. Mattar (2001) refere que as maiores empresas americanas tiveram faturamento 40% superior à soma dos PIB's do Brasil, Argentina, México, Venezuela, Colômbia, Peru, Uruguai e Chile no ano de 2000 (MATTAR, 2001).

Segundo esse autor e Soares (2004), o domínio do fator econômico e de sua racionalidade (CHANLAT, 1996) sobre as demais esferas (política, social e

¹ Ao longo do texto, serão adotadas as siglas RSE e RSC referentes à Responsabilidade Social Empresarial e Responsabilidade Social Corporativa, expressões usadas como tendo o mesmo significado.

ambiental) não tem permitido que seja resgatada a dívida ética que os mercados e a fragmentação do trabalho trouxeram com a Revolução Industrial, impondo-se, então, como imprescindível, um processo de auto-regulação global que garanta um adequado e interdependente funcionamento daquelas esferas (MATTAR, 2001; MACLVER, 1980), que possa frear o domínio absoluto do econômico sobre o político e o social, e, se não puder acabar, ao menos reduza o abismo de desigualdades que se instalou entre os agrupamentos humanos, de acordo com a localização geográfica em que se encontrem, e estanque a destruição ambiental em andamento.

Assim, partindo do pressuposto de que as organizações mercantis repetem e reproduzem os valores e posturas das sociedades capitalistas liberais² em que se encontram, seria pertinente pensar a responsabilidade social corporativa como um resgate, uma resposta aos problemas sociais que ajudaram a produzir (ETHOS, 2002; HAYDEL, 1989; MATTAR, 2001), e não como benevolência empresarial (SALAMON *apud* AMOROSO, 2003).

Ou seja, a RSE como uma possibilidade de reverter, ou contribuir para reverter, o alarmante quadro de problemas do ponto de vista econômico e social, do qual as empresas privadas são co-responsáveis (MARX, 1991; MATTAR, 2001). Deste ponto de vista, as ações de Responsabilidade social das empresas estariam, então, finalmente, preenchendo a lacuna produzida pelo sistema econômico, ao responder às necessidades sociais.

² Segundo Matteucci (2000), o termo liberal é ambíguo, por ser usado em contextos disciplinares diversos, havendo o liberalismo jurídico, o liberalismo político e o liberalismo econômico. Entretanto, na acepção do utilitarismo inglês: "Liberalismo significa individualismo; por individualismo entende-se, não apenas a defesa radical do indivíduo, único real protagonista da vida ética e econômica contra o Estado e a sociedade, mas também a aversão à existência de toda e qualquer sociedade intermediária entre o indivíduo e o Estado; em consequência, no mercado político, bem como no mercado econômico, o homem deve agir sozinho." (MATTEUCCI, 2000, p. 689). Segundo Alcântara (2003), com as transformações do capitalismo, o liberalismo deu lugar ao neoliberalismo que, em sua origem, foi definido como "Movimento político que combina a preocupação com justiça social do liberalismo tradicional com a ênfase no crescimento econômico. (Porém), no começo dos anos 90, (...) a expressão passou a ser usada para descrever uma modalidade de capitalismo turbinado em que o lucro financeiro predominaria sobre a sociedade, subjugando o Estado, a cadeia produtiva, a cultura, subvertendo para seu usufruto até mesmo as relações familiares." (ALCÂNTARA, 2003, p. 47). Porém este autor adverte, nos EUA o termo liberal não é mais usado na literatura econômica, passando ao jargão da política como equivalente a sujeito não-conservador, de esquerda. Na Europa, o termo descreve alguém de direita, que admite o primado do mercado e postula o Estado mínimo. Ainda segundo ele, no Brasil, a esquerda entende neoliberal como "vertente mais dogmática do capitalismo de mercado" e atribui a Fidel Castro a seguinte frase: "Agora dizem economia de mercado, neoliberalismo. Isso não existe. O que existe é capitalismo" (FIDEL CASTRO *apud* ALCÂNTARA, 2003, p.47).

França (2005) afirma que, embora os resultados da RSE sejam tímidos, ao menos no Estado da Bahia, o envolvimento das empresas privadas do segmento industrial é legítimo e expressão de uma atuação ética destas organizações.

No entanto, esta temática é controversa. Soares (2004) considera lucro e atuação social realidades opostas e de difícil “casamento”, questionando a possibilidade de que as ações sociais das empresas consigam gerar impactos positivos significativos para o mundo, ainda que estejam pautadas em valores solidários e em uma ética no sentido do bem coletivo, haja vista que a própria estrutura do sistema capitalista precipitou a devastação ambiental e aprofundou as desigualdades sociais, a partir da forte concentração de renda.

Em um posicionamento diverso aos dois primeiros grupos, Drucker afirma que a errônea concepção sobre o lucro e a hostilidade em relação a ele, são criação de ativistas sociais, e responsáveis pelo domínio de pontos de vistas que identificam “uma contradição entre o lucro e a capacidade de uma empresa de fazer contribuição social” (ANSOFF e DRUCKER *apud* HAYDEL, 1989). Os dois primeiros autores consideram a Responsabilidade Social Empresarial como um fenômeno natural e antigo das organizações, as quais já realizariam em seu nascimento uma ação de benefício social ao gerar emprego, renda e desenvolvimento local. Negam, então, que haja o paradoxo lucro x atuação social e entendem como evolução natural esta ampliação da atuação social das organizações ora denominada Responsabilidade Social Empresarial ou Corporativa.

Assim, ainda que não se tenha chegado a um consenso quanto ao conceito de RSE, os estudos consideram basicamente três pilares fundamentais para a compreensão de que trata esta temática: a ética empresarial (para com todas as partes interessadas), a preservação do meio ambiente e o respeito aos trabalhadores por parte das organizações (SOARES, 2004). É consenso, no entanto, que não se trata de uma moda passageira (MATTAR, 2001; SALMON, 2005; FRANÇA, 2005).

Atualmente, a maioria das empresas acena para a possibilidade de uma atuação que lhes confira o *status* de “empresa cidadã³”, porém a sistematização de

³ Este termo, largamente utilizado tanto na literatura gerencialista (ROCHA, 2004; MELO NETO, 2001; REGO, 2002), quanto por empresas privadas em suas expressões públicas (anúncios, propagandas, textos e publicações corporativos, etc), carrega uma impossibilidade conceitual. A palavra ‘cidadania’ tem origem do latim *civitas*, que significa ‘cidade’ e foi usada pelos gregos para indicar a situação política de uma pessoa e os direitos que essa pessoa tinha ou podia exercer. Neste

tais ações é encontrada fortemente nas de grande porte⁴ (FERNANDES, 2000; FIEB, 2005), o que foi ratificado em pesquisa recente onde, de uma amostra de cento e sessenta e três (163) empresas da área industrial, cinquenta por cento (50%) das que realizam política de RSE ou RSC pertencem a esta categoria (FIEB, 2005). Até 2002, o IPEA informava que, no Brasil, quatrocentos e sessenta e cinco (465) mil empresas atuavam em RSE. A organização da sociedade civil e o interesse de organismos acadêmicos têm contribuído para a expansão deste fenômeno (FRANÇA, 2005; SALMON, 2005), o que parece ratificar a afirmação do sociólogo francês Pierre Bourdieu, de que somente os movimentos sociais civilizam a economia de mercado (BOURDIEU *apud* AMOROSO, 2003).

A demanda por ações socialmente responsáveis já estaria presente nas sociedades ocidentais do início do século XX. Responsabilidade Social Empresarial enquanto exigência da sociedade nasce, porém, somente a partir da década de 60 nos EUA, e no início dos anos 70 entre franceses, alemães e ingleses, os quais consolidaram a avaliação e a divulgação das práticas sociais empresariais através

sentido, a idéia de uma empresa cidadã por analogia a indivíduo cidadão não se sustenta. Se for buscada uma definição atual do termo, esta objeção se torna ainda mais palpável, conforme pode ser visto em Dallari (1998, p.14): “A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de um povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social”. Assim, a concepção de cidadania é inerente ao indivíduo e ao exercício dos seus direitos, e a noção de “Cidadania Corporativa” proposta por alguns autores não se aproxima deste conceito como pode ser verificado em Melo Neto (2001 p. 36): “A empresa socialmente responsável torna-se cidadã porque dissemina novos valores que restauram a solidariedade social, a coesão social e o compromisso social com a equidade, a dignidade, a liberdade, a democracia e a melhoria da qualidade de vida de todos que vivem na sociedade”. Na verdade, esta forma de definir o que se pretende delimitar por “empresa cidadã” não esclarece de que forma a noção de cidadania poderia ser incorporada à noção de organização. Mas este paradoxo é esclarecido por Dupas (2003) quando ele desenvolve a idéia de que a própria cidadania tem sido submetida ao primado do econômico sobre todas as outras esferas (política, social e ambiental). Segundo Dupas (2003), a luta pela cidadania é um embate pelo direito à fala e à política. Entende-se então que a cidadania é conquistada, pois decorre das conquistas da sociedade civil organizada e diz respeito especificamente aos direitos humanos. Mas esta absorção do termo e sua associação em uma expressão muito difundida hoje pode ser melhor compreendida quando ele sinaliza o risco da crescente “privatização” de tudo daquilo que até certo ponto era restrito ao público e não à esfera privada. Assim a liberdade, a cultura e o próprio conceito de cidadania foram privatizados a partir da absorção da sociedade civil pelo mercado, e não pelo Estado. Dupas (2003) afirma que, com a primazia dos mercados globais, houve uma passagem de uma sociedade política a uma sociedade organizacional, sendo a liberdade definida de forma privada. Assim a “identidade” de caráter universal da cidadania passa a identidades coletivas particulares e parciais. A disseminação de uma noção de sociedade organizacional é ilustrada no texto de Melo Neto (2001, p.85): “A cidadania individual é uma decorrência da cidadania corporativa empresarial. A empresa, ao exercer a sua responsabilidade social, torna-se cidadã e, como reflexo natural do seu comportamento, estimula seus empregados ao exercício pleno da cidadania individual.”

⁴ Empresas de grande porte são as que têm acima de 500 funcionários e/ou faturamento bruto anual acima de R\$60.000.000,00 (de acordo com o critério adotado pelo BNDES).

dos balanços ou relatórios sociais, cabendo à França a primeira Lei tornando obrigatória a sua realização (TREVISAN, 2002).

O campo de pesquisa sobre a Responsabilidade Social Empresarial tem focado empresas (FIEB, 2005), consumidores (ETHOS, 2000; ETHOS, 2002), acionistas, diretoria e líderes de opinião, dentre eles, a mídia (HAYDEL, 1989; ZADEK, 2003). Entre as abordagens encontradas, há estudos (FIEB, 2005) que propõem avaliar as práticas responsáveis da organização tanto a partir de projetos ambientais e sociais (comunidade) quanto, inclusive, através da observação de índices que contemplem as relações das empresas para com seus respectivos empregados, considerando aspectos como benefícios não obrigatórios em lei ou em acordos coletivos, número de práticas diferenciadas de contratação e demissão adotadas, práticas diferenciadas de gestão do trabalho, dentre outros. O estudo de Arruda (2004) se dispõe a mensurar o nível de ética das corporações, propondo modelos de avaliação a partir do clima organizacional.

Porém, embora os canais para visibilidade das ações sociais das empresas possam parecer cada vez mais amplos, considerou-se que outros atores poderiam lançar luz sobre o quanto responsável uma organização se coloca e como as relações são vivenciadas dentro da empresa, verificando se as propostas de melhoria social incluem melhorias nas condições de trabalho e vida dos trabalhadores.

Neste sentido, foi considerado que, a partir da perspectiva do grupo estudado, fosse possível espelhar como de fato se encontra o impasse lucro x atuação social, já que estes atores explicitariam a Responsabilidade Social Empresarial vista do interior da própria organização e das relações que se estabelecem entre esta e os trabalhadores, permitindo um conhecimento mais complexo quanto a este fenômeno.

A concretização desta proposta de estudo se configurou a partir das representações sociais, rede de significações atribuídas pelo grupo a RSC e presente nos discursos quanto à postura que a empresa assume diante da sociedade, mas, principalmente, para com seu público interno.

Considerar os trabalhadores como porta-vozes da realidade organizacional, significa entender a organização pelo que a torna viva, pelo que a caracteriza como uma construção do homem, ou seja, o seu capital social, visto que o trabalhador oferece à organização não apenas sua força de trabalho, mas seu tempo e seu

poder de transformação em forma de produtividade, por vezes sua saúde⁵ e sua vida.

Entretanto, embora a discussão sobre a RSC seja extremamente atual e importante, constata-se que a literatura sobre este fenômeno não aborda a perspectiva dos trabalhadores, parte interessada que está diretamente submetida à ação e aos valores da empresa. Trabalhadores testemunhas do real posicionamento da empresa frente a problemas sociais e a dificuldades nas situações de conflito do cotidiano organizacional.

O presente trabalho não esgotou a lacuna de conhecimento deste campo, o qual carece ainda de estudos tanto qualitativos quanto quantitativos que permitam conhecer não apenas os aspectos subjetivos da Responsabilidade Social, mas alcançar um conhecimento mais complexo deste fenômeno.

Assim, contrariando a tendência de não inclusão dos trabalhadores nas investigações, esta pesquisa entendeu ser pertinente e relevante conhecer as representações sociais e os significados atribuídos pelos trabalhadores às ações de responsabilidade social da empresa, por considerar que poderiam expor a realidade vivida dentro da organização. As Representações Sociais expressam as percepções e significados atribuídos por um grupo aos fenômenos que vivencia, pois, conforme salienta Minayo:

[...] uma situação humana só é caracterizável quando se tomam em consideração as concepções que os participantes têm dela, a maneira como experimentam suas tensões nesta situação e como reagem a essas tensões assim concebidas [...] (MANNHEIM *apud* MINAYO, 2000 p. 33).

Diante disso e entendendo que as empresas que se autodenominam “cidadãs”, por terem uma atuação no campo da Responsabilidade Social, poderão assumir importância no desenvolvimento global e local, bem como vir a representar significativo papel para a melhoria de vida de populações carentes e excluídas, considerou-se imprescindível investigar a proposta corporativa em suas práticas voltadas à comunidade, ao meio ambiente e aos trabalhadores, na profundidade em que pudessem ser desvendadas as reações, visões e representações elaboradas por este grupo.

⁵ Segundo Pastore (2000), os sindicatos têm atuado neste campo buscando a prevenção: “O mais comum da parte dos sindicatos é uma ação ativa no sentido de evitar acidentes e, indiretamente, (evitar) a proliferação de casos de deficiência (atuando) não só junto às empresas, mas, sobretudo junto aos poderes públicos” (PASTORE, 2000, p.101).

Assim, tendo como objeto de estudo as representações sociais de trabalhadores sobre a Responsabilidade Social Empresarial da indústria para a qual eles trabalham, foi elaborada a seguinte pergunta de partida: Quais as representações sociais e a rede simbólica de significações presentes nos discursos do sujeito coletivo entre os trabalhadores em relação às ações de Responsabilidade Social Corporativa da empresa em que trabalham?

Tendo em vista o referencial teórico acerca das questões que envolvem o fenômeno da RSE, considerou-se que o conceito fornecido pelo instituto ETHOS, e explicitado neste estudo, é o mais adequado para um entendimento quanto ao que o termo expressa no contexto das organizações.

A partir da questão formulada, este estudo teve por objetivo geral conhecer as representações sociais, os conteúdos simbólicos e significados atribuídos por trabalhadores de uma indústria do Pólo Petroquímico de Camaçari, no Estado da Bahia, quanto à sua atuação social, concretizada através dos programas de RSE, que a organização divulga e nomeia como ações de Responsabilidade Social Corporativa. Além disso, os objetivos específicos foram:

- Identificar quais os Discursos do Sujeito Coletivo (DSC) entre os trabalhadores da empresa em relação à atuação dessa organização em responsabilidade social;
- Identificar as representações sociais e percepções que compõem a rede simbólica dos trabalhadores da empresa quanto ao que eles entendem que caracteriza uma empresa para que seja vista como socialmente responsável.

O segundo capítulo desta dissertação aborda alguns dos conceitos utilizados ao longo do trabalho, como a definição usual de responsabilidade que é anterior à concepção de Responsabilidade Social Empresarial. Foi feita uma breve exposição neste estudo sobre o que se entende por trabalho e trabalhador, bem como uma tentativa de precisar um importante conceito para compreensão do referencial teórico das representações sociais, que embasa a metodologia utilizada, neste caso, a dimensão simbólica da linguagem, na qual o homem está inserido.

O terceiro capítulo foi destinado a uma discussão quanto ao cenário mundial dos países capitalistas, o qual pode ter favorecido à emergência do fenômeno denominado Responsabilidade Social Corporativa. Aqui estão discutidas as relações entre o Mercado, o Estado e a sociedade. Inicialmente, foi exposta uma possível associação entre o declínio do Estado de Bem-Estar Social e o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial. Em seguida, se discute o Mercado, instituição

financeira representante maior do capitalismo atual. E, por fim, é realizada discussão quanto à ética nas sociedades industriais democráticas que são dominadas por uma concepção liberal.

O capítulo quarto destina espaço à conceituação e ao histórico do fenômeno da Responsabilidade Social Corporativa, bem como à discussão do conhecimento já produzido acerca desta temática – a qual enfoca desde os sentidos e viabilidade de coexistência do fenômeno da RSC, enquanto expressão de valores éticos em sociedades democráticas liberais, com os valores utilitários do capitalismo, às práticas socialmente responsáveis das empresas mercantis.

A primeira vertente exposta considera impossível o casamento entre empresas mercantis capitalistas e valores éticos (SOARES, 2004), apontando o paradoxo existente entre o discurso e a prática organizacional diante de trabalhadores, sociedade e meio ambiente. Uma segunda vertente aponta o fenômeno da RSE como um resgate por parte das empresas quanto ao débito social e ambiental por elas acumulado historicamente, desde o advento do capitalismo, considerando viável as organizações se posicionarem em prol do bem-estar coletivo (MATTAR, 2004; FRANÇA, 2005; ETHOS, 2002; FERNANDES, 2000). Por fim, há uma vertente de teóricos que considera inteiramente desnecessária a discussão quanto à associação ‘lucro e atuação social empresarial’, afirmando que uma incompatibilidade entre estes aspectos não existe, já que as organizações mercantis realizam benefício social desde o seu surgimento ao criarem emprego e renda (ANSOFF e DRUCKER *apud* HAYDEL, 1989).

Neste item, há ainda exposição de dois posicionamentos das organizações diante dos problemas sociais:

- Responsabilidade social empresarial como expressão de valores éticos das organizações;
- As práticas de RSE como estratégia de marketing ou como moda gerencial, onde a adesão ao discurso da responsabilidade corporativa tem por objetivo responder a uma tendência de mercado a ser seguida.

Por fim, discute-se o impacto da apropriação de aspectos sociais, até então destinados ao Estado, por organizações mercantis apontando para o risco social de uma ampliação exacerbada do poder das organizações sobre os rumos das sociedades, haja vista que, há muito, o poder político e econômico de grandes corporações suplanta a autonomia e poder de decisão de governos, tanto de países

periféricos quanto dos países do Primeiro Mundo. Este item destina espaço à reflexão quanto à apropriação e privatização do bem comum, traçando, para isso, uma distinção entre bem público, bem comum e bem privado.

O **capítulo V** descreve os procedimentos metodológicos utilizados para alcançar os objetivos propostos, a partir de estudo de caso, de caráter exploratório e descritivo, de abordagem qualitativa, em uma indústria do Pólo Petroquímico de Camaçari, a qual foi considerada como indicada ao propósito desta investigação, tanto por desenvolver ações de Responsabilidade Social Empresarial voltadas à comunidade, quanto por ter em seus programas de responsabilidade a participação ativa de seu quadro funcional, através de programa de voluntariado. Além disso, neste capítulo foi realizada uma discussão sobre o referencial teórico que embasou a escolha metodológica deste estudo: A Teoria das Representações Sociais, a qual prioriza os significados atribuídos pelos sujeitos às coisas e que, por isso, é considerada adequada a estudos qualitativos em ciências sociais.

A análise dos dados encontrados no trabalho de campo foi realizada no **sexto capítulo** e expõe quais Discursos dos Sujeitos Coletivos foram verificados dentro da organização, tentando explicitar a rede simbólica presente nestes discursos e quais representações os trabalhadores apresentam com relação à Responsabilidade Social Empresarial praticada pela organização em que estão inseridos.

Os resultados encontrados foram analisados à luz das teorias que discutem o fenômeno da Responsabilidade Social Corporativa, bem como a partir da análise dos discursos dos sujeitos coletivos e da teoria das representações sociais. Assim, na **tabela I**, a seguir, estão discriminados os discursos apresentados pelos trabalhadores, divididos em quatro categorias, com os sentidos e significados que os pesquisados atribuem à Responsabilidade Social Corporativa, a partir das suas vivências dentro da organização e das ações / projetos que a empresa desenvolve.

Tabela I

Percepções dos Trabalhadores quanto às práticas de RSE

Discurso I	<p>Concepção de RSE como sendo ações da empresa voltadas ao benefício da comunidade (escolas, creches, emprego, educação), do meio ambiente e dos trabalhadores (cursos, campanhas beneficentes, festas, atividades para integração entre funcionários, segurança e família). Segundo os entrevistados, tais ações levam os funcionários a ficarem mais satisfeitos, e, com isso, mais comprometidos e mais responsáveis com as questões da empresa (segurança / produtividade), embora não vejam ganhos para os trabalhadores devido à RSE. Nesta concepção, estão misturadas as noções de RSE, filantropia; a empresa pode atuar no campo social, mas não tem obrigação. O sentido de haver atuação corporativa dirigida ao social é atribuído ao fato de que a empresa é formada por pessoas e estas devem “ser boas” e “fazer o bem para o próximo”.</p>
Discurso II	<p>Neste discurso, a concepção de Responsabilidade Corporativa resume-se ao cumprimento de leis, principalmente trabalhistas, mas também à legislação ambiental e normas de segurança. Entende-se aqui que exigir das empresas prestadoras de serviço o cumprimento das mesmas leis é uma expressão da “responsabilidade” da empresa estudada para com os trabalhadores terceirizados. É considerado que a postura responsável da empresa melhora sua imagem junto às comunidades em seu entorno por protegê-las de acidentes, o relacionamento com os trabalhadores, que se colocam mais motivados, o que pode ter como resultado uma maior competitividade da empresa.</p>
Discurso III	<p>Aproximando-se do discurso I, esta concepção delinea a RSE como toda ação da empresa que não está centrada diretamente na idéia de lucro, mas em uma contrapartida (ou troca) por danos ambientais dirigida às comunidades vizinhas, ao meio ambiente e aos trabalhadores (empregos para pessoas das cidades vizinhas; projetos de educação e saúde; benefícios aos empregados; cuidados com o meio ambiente), mas aqui se considera que existem ganhos significativos para o público interno e externo. Outro diferencial deste discurso é a idéia de que a responsabilidade corporativa inclui a conscientização das pessoas para uma atuação junto ao social. Ou seja, aqui a empresa é percebida pelos trabalhadores como o lócus da melhoria dos valores da sociedade, o que se concretiza pelo Programa de Voluntariado. Percebem a atuação em RSC como tendo sido precipitada pela ausência do governo nas questões sociais e que hoje visam melhorar a imagem e relacionamento da empresa, seja diante da vizinhança, seja com os funcionários, seja com os clientes, bem como evitam problemas com as comunidades do seu entorno (processos por acidentes, violência, delinqüência, etc) e com o Estado (multas, processos, etc por destruição ambiental).</p>
Discurso IV	<p>Concepção de que RSE é toda ação da empresa em prol da comunidade e do meio ambiente, mas com objetivo instrumental de promover melhorias à imagem da empresa junto a clientes, comunidades vizinhas, trabalhadores e à sociedade como um todo. Entende que as ações de RSE visam trazer benefícios à organização, direta ou indiretamente, aumentando sua competitividade e lucro. Não identifica melhoria das condições de trabalho após a incorporação do discurso da cidadania corporativa e considera que, mesmo gerando resultados positivos, as ações deste campo são pouco expressivas por não gerarem mudanças estruturais ou mais significativas diante das condições de vida e carência das comunidades beneficiadas. O governo é percebido como o real responsável por questões sociais e, nas questões ambientais, as empresas são co-responsáveis por reduzir o impacto ambiental dos seus processos produtivos.</p>

O último capítulo apresenta as conclusões e considerações finais do pesquisador quanto ao que foi encontrado no discurso dos trabalhadores, realizando comparação com o que já tem sido dito na literatura sobre o tema e que está explicitado no capítulo quarto.

Importante salientar que, devido à sua configuração de estudo de caso descritivo, este trabalho não pretendeu realizar análise para concluir em qual (ou quais) postura (s), diante da responsabilidade social descrita na literatura, a organização estudada se posiciona; tampouco se propôs a avaliar o nível de ética presente em suas ações ou postura de Responsabilidade Social Empresarial ou seus impactos para a sociedade ou para os trabalhadores, haja vista que, neste estudo, não houve pretensão de cumprir objetivos de natureza comparativa, mas descritiva, visando a explicitar a percepção de uma das partes interessadas – os trabalhadores – sobre a RSE da organização a partir da rede simbólica de representações sociais deste grupo, ou seja, os sentidos e significados que atribuem às ações de Responsabilidade Social implementadas pela empresa em que trabalham. Além disso, este trabalho limitou-se a citar as ações de RSE que a organização realiza, exceto quando a avaliação e / ou comparação foi emitida por indivíduo informante dentro do grupo entrevistado.

Considera-se que a limitação apresentada por este estudo deve-se a não inclusão dos trabalhadores terceirizados na amostra de entrevistados, os quais representam cinquenta por cento do número de pessoas que atuam dentro da empresa e estão expostos aos mesmos riscos e condições de trabalho, sem que haja equivalência salarial e sem que possam contar com a totalidade de benefícios que os trabalhadores efetivos têm.

Como sugestão ao campo de investigação em Responsabilidade Corporativa, entende-se ser relevante que novos estudos enfoquem as perspectivas tanto dos trabalhadores quanto dos fornecedores, além das partes interessadas já sistematicamente pesquisadas, bem como que, em outras abordagens investigativas, sejam avaliados o nível ético das posturas das organizações em suas relações com as várias partes interessadas e a coerência e efetividade existentes entre os discursos veiculados pelas organizações e seus reais posicionamentos para com o social, o meio ambiente e para com todos os trabalhadores que compõem a força de trabalho, independente do vínculo empregatício implicado.

Ressalta-se, por fim, que os impactos das ações de cidadania corporativa, tanto no que diz aos benefícios concretos às comunidades beneficiadas quanto no que diz respeito à ampliação do poder corporativo sobre a vida e os rumos da sociedade, precisam ser investigados e analisados mais detalhadamente.

II CONCEITOS

2.1 O que é Responsabilidade

O termo 'Responsabilidade' está definido no Dicionário Bueno (1991, p. 587) como: "s.f. Obrigação de responder pelos próprios atos ou pelos de outrem ". Mas, é no dicionário Aurélio (1986), que se encontram definições para os termos 'responsabilidade, responsabilidade moral e responsável', que, associados, estão contemplados na noção de RSE como entendida por Mattar (2001), se aproximando da discussão que se deseja travar ao longo desta dissertação acerca da temática da cidadania corporativa. O primeiro termo é definido como sendo:

[...]S. f. **1.** qualidade ou condição de responsável . **2.** jur. Capacidade de entendimento ético-jurídico e determinação volitiva adequada, que constitui pressuposto penal necessário da punibilidade[...] (FERREIRA, 1986, p. 1496).

A Responsabilidade moral tem a seguinte descrição:

[...] *Filos.* **1.** Situação de um agente consciente com relação aos atos que ele pratica voluntariamente. **2.** obrigação de reparar o mal que se causou a outros [...] (FERREIRA, 1986, p. 1496).

Enquanto que o termo 'Responsável' é definido como sendo:

[...] Do fr.*responsable.*] Adj. 2 g. **1.** Que responde pelos próprios atos ou pelos de outrem. **2.** Que responde legal ou moralmente pela vida, pelo bem-estar, etc., de alguém **3.** Que tem noção exata de responsabilidade; que se responsabiliza pelos seus atos. **4.** Que dá lugar a, que é causa de (algo) **5.** Pessoa responsável (por alguma coisa ou por alguém) (FERREIRA, 1986, p. 1496).

Associando estas três definições, pode ser feita uma comparação com um dos conceitos de Responsabilidade Social Corporativa encontrado no texto de

Mattar (2001) a partir das idéias de: obrigação para com o homem e as coisas, bem como para com o meio ambiente, como reparação por dano praticado voluntariamente, seja por uma pessoa ou por uma organização.

Assim, embora os dicionários ainda não tragam uma definição quanto à expressão ‘Responsabilidade Social’, especificamente, a definição de Responsabilidade Moral comporta alguns dos elementos (obrigação de reparar mal causado) que se aproximam da discussão teórica quanto ao que a RSC comporta, a saber: a obrigação das empresas, enquanto atores sociais, de participar do desenvolvimento social e das condições de vida do homem como forma de reparação por dano causado, já que uma das vertentes teóricas que discute a RSE aponta a participação das organizações na destruição ambiental e no desmantelamento do tecido social.

2.2 Trabalho e Trabalhador

Tendo esta pesquisa a intenção de focar no trabalhador e em suas representações sociais referentes às práticas de RSE de uma organização da área industrial, torna-se imprescindível que seja definido o que se entende por ‘trabalhador’, intenção que remete à discussão quanto ao conceito de trabalho para maior precisão do termo.

Na concepção mais popularizada do que seja trabalhador, encontra-se a idéia de que trabalhador é aquele que trabalha, empregado ou pessoa que realiza alguma atividade profissional como as pessoas que não têm vínculos empregatícios para realizar trabalho. Aparentemente, estas visões sobre o que define um trabalhador são isentas de ideologia, sabe-se que esta é uma possibilidade remota, para não dizer impossível. De modo similar, o termo ‘trabalho’ é cotidianamente entendido simplesmente como o esforço físico ou mental empreendido para o alcance de uma meta estabelecida, atividade remunerada para alcançar um determinado resultado (produto ou serviço), emprego.

Mas, é importante sinalizar que, com o advento do modo de produção capitalista⁶, o trabalho é entendido enquanto mercadoria (MARX, 1991). Por isso, a

⁶ Em Singer, capitalismo é definido como: “o modo de produção cujos princípios são o direito de propriedade individual aplicado ao capital e o direito à liberdade individual. A aplicação destes princípios divide a sociedade em duas classes básicas: a classe proprietária, ou possuidora do

definição de trabalhador utilizada neste estudo poderia ser descrita como sendo todo aquele que realiza trabalho físico ou intelectual remunerado para alcançar um resultado pré-definido, seja um serviço ou produto.

A sociedade industrial tem como um dos seus pilares fundantes o trabalho assalariado, onde o trabalhador troca sua força de trabalho e seu tempo de vida por dinheiro (e hoje também por benefícios de saúde e previdência); sendo assim, o trabalho representa um dos principais aspectos da vida pessoal dos indivíduos nestas sociedades e da existência organizacional.

Classificadas de acordo com o setor econômico a que pertencem ou representam: públicas, privadas ou do Terceiro Setor (associações, fundações, organizações sem fins lucrativos), as organizações são hoje o centro da sociedade. À exceção da família, todas as demais relações do homem ocorrem de forma institucionalizada e, na maioria das vezes, atravessada pelo componente econômico tão marcante nas organizações, mesmo naquelas que não pertencem ao setor privado.

Hampton (1980) afirma que, para Etzione, as organizações podem ser definidas como sendo “unidades sociais deliberadamente construídas para perseguir objetivos específicos.” (ETZIONI *apud* HAMPTON, 1980, p. 01). No dicionário Aurélio, o termo organização tem, entre as suas definições, a descrição de uma unidade organizacional: “3. Modo pelo qual se organiza um sistema (...) 4. Associação ou instituto com objetivos definidos” (FERREIRA, 1986, p. 1232).

Wood Jr. (2000), por sua vez, tem um modo peculiar e interessante de falar sobre as organizações e que, de certo modo, captura sua essência, ao dizer que os homens têm, de forma estranhamente persistente, o hábito de “nos tornamos vítimas de armadilhas que nós mesmos criamos. Nestes termos, organizações parecem ser uma de nossas obras máximas” (WOOD JR. *apud* SCHROEDER, 2004, p.3).

Segundo Schroeder (2004), as organizações que proliferaram nos séculos XIX e XX, nasceram sob o paradigma econômico ou de mercado, no qual a busca do ganho material, o enriquecimento, significa a escolha do interesse próprio, o que, desde o século XVI, é normal e socialmente aceitável. Esta proposição tem, então, como premissa, a idéia de que o interesse próprio contribui para o desenvolvimento do homem e para a manutenção de uma sociedade estável.

capital, e a classe que (por não dispor de capital) ganha a vida mediante a venda da sua força de trabalho à outra classe. O resultado natural é a competição e a desigualdade” (SINGER, 2002, p.10).

Neste contexto, e sendo o trabalho um dos principais aspectos da vida organizacional, as empresas são o lócus do trabalho assalariado, onde melhor se representa a idéia de apropriação (compra) do esforço de um grupo para gerar bens e produtos, onde o lucro obtido é o saldo decorrente da exploração existente na relação de compra do trabalho de um homem por outros homens (BATISTA, 2000).

Ao vender sua força de trabalho, o homem passa, ele próprio, a objeto negociável e, neste caso, em uma relação de exploração do trabalhador surge o trabalho alienado, sem autonomia e sem desejo (MARX *apud* BATISTA, 2000). Batista compara o conceito de trabalho alienado em Marx ao trabalho do animal descrito por Hegel. Mostra o trabalho alienado como o que poderia ser chamado de um trabalho animalizado, ao dizer que, em Hegel, o trabalho do homem se diferencia do trabalho do animal também pelo que comporta de criatividade e desejo, características que não existem no trabalho animal. Assim, segundo ela, o trabalho alienado se configura em um trabalho “repetitivo, sem desejo, sem sentido, (sem) possibilidade de simbolização, de reconhecimento (de si) no próprio trabalho” (BATISTA, 2000, p.13).

Na sociedade contemporânea, a preocupação com o trabalho, e agora também com o que se chama empregabilidade de uma pessoa, já antecede o seu nascimento, estando presente nas angústias do par parental da chamada classe média. Esta, ao se (pré) ocupar com a empregabilidade dos filhos, norteia grande parte das escolhas dos pais com relação à escolarização e educação desses. Isto se deve ao fato de que o trabalho permanece como um dos mais significativos determinantes das condições de vida das pessoas nas sociedades ocidentais.

Batista (2000) vai além e coloca o trabalho como sendo uma maneira de o ser humano se reconhecer: “é pelo trabalho que se dá o reconhecimento do homem como sujeito” (BATISTA, 2000, p. 11). Para ela, o trabalho é não só necessário, mas essencial, garante liberdade e autonomia ao homem e transforma a natureza e o próprio homem. Salienta ainda que o trabalho constitui ponto crucial para a conquista da cidadania e o sentimento de pertencimento a uma comunidade. A definição de cidadania que apresenta formaliza esta idéia: “são cidadãos aqueles membros da comunidade que se encontram localizados em qualquer uma das ocupações reconhecidas e definidas por leis (...) a cidadania regulada é então restrita ao trabalhador de carteira assinada” (BATISTA, 2000, p. 15) e o conceito de cidadão tem significado tanto político quanto cultural.

Mas, a forma como estão postas as relações entre os que vendem e os que compram a “mão-de-obra” não condiz necessariamente com o que as organizações costumam divulgar quanto à valorização e estímulo ao exercício da cidadania. Grande parte das vezes, as relações entre empresa e trabalhador estão em contradição com o que esta veicula como sendo seus valores e código de ética de conduta organizacional. Em verdade, estes documentos propõem regras de conduta e valores éticos a serem seguidos pelo trabalhador, e não por dirigentes da organização (SALMON, 2005).

Assim, hoje, há uma tendência mundial à flexibilização das relações do trabalho, o que traz efeitos positivos e negativos. Esta flexibilização implica formas de vínculo empregado x empregador, onde os suportes legais do empregado são substituídos, ou eliminados, a partir de novos modelos de vinculação, a saber: a terceirização, o trabalho temporário, a substituição do salário fixo por remuneração variável - seja por produtividade, por projeto, por tarefa ou por outros expedientes, situações que, juntas, favorecem o subemprego, o trabalho informal e a exclusão (PASTORE, 2000; BATISTA, 2000) e que representa perda gradual de direitos histórica e duramente conquistados (HELOANI, 2004).

Porém, a discussão sobre a informalidade abrange inúmeros aspectos que não serão esgotados aqui, mas é importante registrar a idéia de alguns teóricos (MENEZES E CARRECA – FERNANDES *apud* OLIVEIRA, 2004) de que a presença de trabalhadores em atividades informais seria um percurso definido e escolhido pelos próprios profissionais. Ainda assim, não se pode ignorar a relevância de que o trabalhador precisaria ter conhecimento, poder e estar instrumentalizado para, de fato, ter controle sobre os contextos de trabalho e, dessa forma, se posicionar como único sujeito definidor da situação em que se encontra (OLIVEIRA, 2004).

Outro aspecto importante quanto ao trabalho diz respeito aos significados que os trabalhadores lhe atribuem, já que o próprio homem, enquanto sujeito na sociedade, participa da construção do mundo do trabalho e suas relações, bem como estrutura suas próprias experiências atribuindo significados simbólicos a tudo que o cerca. Por isso, o significado do trabalho também pode ser entendido como uma representação socialmente construída.

Segundo Oliveira (2004), as representações do trabalho têm sido alteradas com diferentes concepções de sociedade, porém as formas mais usuais de apreensão do significado do trabalho dizem respeito à função instrumental do

trabalho, à natureza sócio-psicológica do trabalho e à idéia de que o trabalho é inseparável da natureza e das necessidades humanas, proposições que apontam para a centralidade do trabalho para o homem.

Há pesquisas que apontam que os indivíduos não atribuem significados ao trabalho apenas “como resultado das experiências e condições de trabalho, mas atribuem significados ao trabalho para mudar organizações e estruturas sociais” (BORGES-ANDRADE e MOURÃO *apud* OLIVEIRA, 2004, p.7).

Dentro deste contexto, e diante da importância que o trabalho assume na vida das coletividades e de cada sujeito individualmente, a realidade e as condições de trabalho dos trabalhadores, tanto efetivos quanto terceirizados e, principalmente, daqueles que trabalham sem qualquer comprovação legal de vínculo trabalhista, permanecem como ponto de entrave social.

Assim, apesar de inúmeras modas gerenciais (gestão pela qualidade, reengenharia, etc), as relações de trabalho nas organizações permanecem dentro de uma lógica muito próxima à vivenciada no início da industrialização e diante de um mundo dominado pela racionalidade econômica, as pessoas ainda são tidas como *recursos*, isto é, “quantidades materiais cujo rendimento deve ser satisfatório do mesmo modo que as ferramentas, os equipamentos e a matéria-prima.” (CHANLAT, 1996, p.25).

Com relação ao sistema produtivo e às organizações, o modelo fordista predominante, desde os anos 20, tinha por base a produção em larga escala de produtos padronizados, com gestão autoritária e verticalizada, além de divisão e controle do trabalho. Em complemento a este modelo de produção, o modelo *Keynesiano* no “âmbito das políticas públicas” (BATISTA, 2000, p. 17) propunha a garantia do pleno emprego como forma de favorecer o crescimento constante do consumo.

Este modelo legitimou as negociações sindicais trazendo inúmeros benefícios aos trabalhadores. Entretanto, a partir dos anos 80, foi gradualmente substituído por outros modelos de produção que invertiam a lógica fordista ao propor a produção em pequenos lotes, fim dos estoques e da produção em larga escala. A concepção inerente a este novo modelo é de responder à demanda, sendo a produção organizada em sistemas chamados “*just-in-time*”. As indústrias passaram a situar a produção de bens em vários locais do mundo, a partir de várias unidades comerciais descentralizadas, operando em rede.

Esta proposta acirra a exigência e a pressão das organizações por maior flexibilização nas relações de trabalho e emprego, passando a haver várias formas de geração de renda sem que haja vínculo empregatício formal (terceirização, cooperativismo, consultoria, trabalho autônomo, subcontratos, etc). Este cenário impulsiona a precarização do mercado de trabalho, com retrocesso do controle social sobre o trabalho formal e perda crescente da força dos sindicatos, associação de fatores que tem gerado perdas de direitos dos trabalhadores e fim da estabilidade do emprego (BATISTA, 2000).

Assim, neste contexto, regido pelo fator econômico, as mudanças tecnológicas intensificaram o processo de globalização, o que causou forte impacto nas relações de trabalho e influenciou diretamente toda organização social no mundo, bem como a relação do homem com o tempo e o espaço.

2.3 Dimensão Simbólica

A dimensão simbólica a que se refere este estudo diz respeito à condição humana de representar toda a realidade a partir de códigos e signos. Em outras palavras, diz respeito à idéia de que o homem é um ser de linguagem, a qual viabiliza não apenas a sua comunicação, mas a organização dos agrupamentos sociais com as construções culturais que as caracterizam.

Simbolizar é significar, dar sentido, transformar em palavras enigmáticas as vivências concretas do real. Real do corpo, do mundo, da própria realidade. Significar é dar sentido ao que se apresenta cru, é buscar o sentido em uma dimensão invisível, não palpável.

Isso se explica ao se analisar o texto do cotidiano, onde as frases não têm em si um significado imediato. O sentido circula entre o emissor e o receptor da mensagem e está no que é suposto que a frase pode ter de significação. Suposto este que ambos pressupõem, mas que não é dado *a priori*. Ou seja, ao ler ou ouvir uma frase, seu sentido só pode ser captado ou capturado ao final e dentro de um círculo onde há outras frases, inclusive não ditas, outros fatos, passados e presentes, que colaboram para que um sentido se instale, deixando espaço sempre, no entanto, para mais de um sentido e interpretação. Este espaço é permitido pelo fato de que o sentido se instala, mas não cola e não rivaliza necessariamente com outros sentidos.

O simbólico é, pois, o que se encontra nas entrelinhas, é fluído, comporta o infinito da significação. Neste sentido, um texto pode dizer várias coisas, se oferece à multiplicidade da interpretação e, sem excluir nenhuma, o sentido escorrega, permite várias verdades e se presta ao psiquismo humano para metaforização da realidade.

É a dimensão simbólica que sustenta a linguagem, seus recursos de metáfora e metonímia, a qual, por sua vez sustenta as relações humanas em sua característica mais peculiar: a vinculação com outros seres e espécies independente de tempo, espaço, semelhanças ou diferenças. Esta vinculação se processa por identificações, projeções, transferências e uma série de outros fenômenos característicos das relações humanas.

É o simbólico que faz os homens diferentes dos gorilas. Se a ciência fala que estes primatas vivem em famílias, com certeza tais famílias, onde as relações de poder estão rigidamente estabelecidas, são compostas de forma diferente da família do homem, a qual é permeada, ou melhor, atravessada, por uma rede de significação simbólica construída individual e coletivamente, ao longo da história da humanidade.

Neste sentido, qualquer família de gorilas tem (e terá) sempre a mesma estruturação hierárquica (macho dominante, fêmeas e filhotes), ao passo que as famílias humanas, ou qualquer outro grupo social, têm traços de vinculação com possibilidades infinitas de organizar-se quanto às relações de poder, aos vínculos afetivos, às identificações, etc.

Neste estudo, que pretende alcançar a rede de significações dos trabalhadores de uma empresa privada, é imprescindível compreender o homem a partir desta dimensão simbólica que entrelaça, de forma aparentemente caótica, signos, significações e significados. E, para isso, considerou-se que uma abordagem, baseada na teoria das Representações Sociais, forneceria o aporte teórico para realizar a investigação e a análise dos discursos apresentados pelos sujeitos.

Os conceitos de dimensão simbólica e de representação social são entendidos aqui como entrelaçados, por ser entendido que “o processo de elaboração de uma representação implica uma reconstrução do objeto em contexto de valores, noções e regras” (OLIVEIRA, 2004, p.48), onde o próprio objeto só

ganha existência se representado pelo psiquismo humano, que se esforça em apreendê-lo.

Toda representação social é, portanto, simbólica e construída a partir dos processos característicos da linguagem nos quais o sujeito está inserido. Assim, quando o psiquismo tenta apreender um objeto, “a linguagem aproveita-se disso para circunscrevê-lo, para arrastá-lo no fluxo das suas associações, para impregná-lo de suas metáforas e projetá-lo em seu verdadeiro espaço, que é simbólico” (MOSCOVICI *apud* OLIVEIRA, 2004, p.26).

Esta submissão do homem à dimensão simbólica explica o fato de a representação social ter componentes conscientes e inconscientes, já que parte do que é apreendido pelo psiquismo ocorre à revelia da vontade humana; são os conteúdos que estão, de certo modo, atrelados às representações apresentadas pela coletividade em que o sujeito está inserido, e que participam da reconstrução feita por este sujeito em seu esforço de interpretar as representações sociais na sua coletividade. Esta “parcela” (não entendida aqui de forma quantitativa) inconsciente da representação comporta ideologias⁷, preconceitos, valores e outros aspectos nem sempre explicitados, de forma imediata, àquele que tenta apropriar-se das representações sociais. Isto se explica inclusive pelo fato de que, seja de um indivíduo ou de sua coletividade, as representações não são independentes, estando relacionadas aos vários sistemas sociais e sendo expressão do discurso de uma sociedade inteira.

Retomando a discussão da dimensão simbólica, é possível então dizer que o indivíduo é submetido a esta dimensão, o que implica que a linguagem o constitui, enquanto sujeito, ou seja, o sujeito é constituído pelas significações socioculturais, e é, ao mesmo tempo, constituinte destas significações. E é então o processo de representar que permite a comunicação entre as pessoas.

⁷ Segundo Oliveira (2004), uma representação “tende a impor a apreensão da ordem estabelecida como natural e governada por leis impessoais” (OLIVEIRA, 2004, p.54), porque comporta a ideologia, termo proposto por Marx que diz respeito às idéias e teorias que são socialmente determinadas pelas relações de dominação entre as classes e que determinam tais relações, conceito que “desmistifica a ingenuidade do processo cognitivo, colocando-o como mediação nas relações sócio-econômicas (...)” (BOBBIO *apud* OLIVEIRA, 2004, p. 55). Assim, se processa uma disseminação da visão de mundo da classe dominante que a torna ponto de vista de toda a sociedade. Este conteúdo ideológico impregna as representações, não sendo passível de identificação imediata pelos grupos sociais que a apreendem.

Entendidas desta forma as representações sociais, explicita-se que são os símbolos que materializam o objeto representado e constroem uma realidade psíquica frente à realidade empírica. Ou seja, o objeto não existe em si, mas “para um indivíduo ou grupo e em relação a eles” (OLIVEIRA, 2004, p.49). Segundo este autor, tal proposição é ratificada por Birman (1991) quando este coloca a linguagem como a matriz onde se constroem os conceitos da realidade social e psíquica, a partir do simbólico. Em outras palavras, a realidade só se constitui como realidade psíquica quando mediada pela dimensão simbólica, que fornece a fluência de significações e interpretações a ser compartilhada por uma coletividade. Nas palavras de Birman (1991):

[...] Isto implica que a realidade é uma constituição eminentemente intersubjetiva e simbólica, não existindo, pois, fora dos sujeitos coletivos e históricos, que são, ao mesmo tempo, os seus artífices, os seus suportes e os mediadores para sua transmissão [...] (BIRMAM *apud* OLIVEIRA, 2004, p.48).

A partir do exposto, ressalta-se que o entendimento do conceito de representação social deve ser precedido de uma compreensão da dimensão simbólica, enquanto sustentáculo do processo psíquico do ser humano de construção de qualquer representação social.

III A RELAÇÃO ENTRE O MERCADO, O ESTADO E O SOCIAL

3.1 Associação entre o declínio do Estado de Bem-Estar Social e o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial

Seria possível pensar em um fenômeno como a RSE, sem refletir sobre a relação entre seu surgimento e o papel do Estado nas sociedades liberais avançadas? Ou, talvez, se deva associar o fortalecimento do fenômeno ao recuo do Estado diante dos impasses sociais? Alguns autores (FRANÇA, 2005; SCHROEDER, 2004) apontam a falência do Estado de Bem-Estar Social como um dos fatores que levaram as empresas a assumir algumas ações sociais. Se for assim, seria possível pensar a RSE como mais uma sobreposição do mercado sobre o Estado, diante do iminente fim do Estado de Bem-Estar Social nestas democracias?

Claro que este estudo não se propõe a responder ou esgotar estes questionamentos, mas, inevitavelmente, haverá de trazer à tona esta possível associação.

Diferentemente do que se supõe aqui, em artigo de 1988, King afirma que “os Estados de Bem-Estar maduros têm suas estruturas e benefícios entrelaçados às estruturas sociais que eles próprios remodelaram” (KING, 1988, p. 53) e, neste sentido, seriam de difícil redução mesmo diante dos mais conservadores governos com ideologia liberal.

Este autor cita os exemplos dos governos Reagan, nos Estados Unidos, e Thatcher, na Inglaterra, para ilustrar o posicionamento da “Nova direita” opositora do Estado de Bem-Estar, devido à abrangência da intervenção estatal. Segundo ele:

[...] Ambas as administrações (defendiam os argumentos de que) as políticas de bem-estar social implementadas pelo governo federal distorciam artificialmente o mercado, ao atuarem como políticas de seguro, com efeitos indesejáveis sobre a motivação das pessoas [...] (King p. 73).

King (1988) afirma ainda que, embora tenham tido impacto sobre as prioridades do gasto público, nenhum dos governos citados conseguiu desmontar o Estado de Bem-Estar Social nos seus respectivos países, e aponta como causas destes fracassos o fato de que os direitos de cidadania estabelecidos se tornaram essenciais na Inglaterra, enquanto que, nos EUA, o apoio público à intervenção estatal inibiu possíveis cortes do Congresso neste campo.

Neste sentido, ele afirma que o entrelaçamento entre estruturas e benefícios do Estado e as estruturas sociais dificultam o desmantelamento do Estado de Bem-Estar e a idéia de que o Estado de Bem-Estar foi, em alguns países, implementado devido à repercussão do movimento social-democrata europeu, bem como pela força dos movimentos sindicais em países cujo Estado não era social-democrata.

Neste sentido, embora a separação entre Estado e economia seja menos nítida que no século XIX, os Estados de Bem-Estar estão integrados à estrutura social e política das sociedades contemporâneas, as quais transformaram, de forma importante, ao intervir na economia e nas estruturas sociais destes países, representando uma reestruturação fundamental dessas democracias, e não apenas se processando como um “novo estágio de desenvolvimento capitalista” (KING, 1988, p. 53).

A opinião expressa por este autor – de que é improvável a destruição do Estado de Bem-Estar Social por um governo conservador – não é consenso entre os teóricos desta questão. Neste contexto, Habermas trata esta problemática a partir de um outro olhar:

[...] Desde a metade dos anos 70, os limites do projeto do Estado social ficam evidentes, sem que, até agora, uma alternativa clara seja reconhecível. Em razão disso, gostaria de precisar minha tese acima: a nova ininteligibilidade é própria de uma situação na qual um programa de Estado social, que se nutre reiteradamente da utopia de uma sociedade do trabalho, perdeu a capacidade de abrir possibilidades futuras de uma vida coletivamente melhor menos ameaçada (...) Assim, o Estado social bem-sucedido perde o pé em uma situação na qual tem de ascender à consciência o fato de que ele próprio não é um “manancial de abundância” autônomo e não pode assegurar o lugar ao trabalho como um direito civil. [...] (HABERMAS, 1987, pp.106-108).

Porém, ele acrescenta adiante, de forma apenas aparentemente contraditória, que o Estado social não foi uma “especialização errada” e que o capitalismo atual não pode sobreviver sem o Estado social, nem tampouco coexistir com sua expansão contínua.

Entretanto, para ele, o neoconservadorismo encontra-se em ascensão e coloca em risco o Estado de Bem-Estar Social, já que há um significativo enfraquecimento da posição sindical de forma geral, dificultando um embate em igualdade de forças com os neoconservadores.

Habermas (1987) é categórico ao afirmar que o *Welfare State* entrou em um processo difícil e sem retorno social: “acabou num beco sem saída” (p. 108).

Assim, diante da discussão de autores como Habermas (1987), Andersen (1995), King (1988) e outros quanto haver ou não um declínio do Estado de Bem-Estar Social, emerge a reflexão de que há associação entre este processo e o surgimento / crescimento acelerado do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial, tanto em países de tradição socialista quanto em democracias liberais avançadas, como os EUA e a Inglaterra. Porém, para que se possa entender esta provável associação é necessário entender o *Welfare State* e seu papel na sociedade contemporânea.

O *Welfare State* se caracteriza, principalmente, por um formato de funcionamento do Estado em que os direitos sociais de cidadania (MARSHALL *apud* KING, 1988) e de bem-estar coletivo (padrões mínimos de saúde, renda, educação, direito ao trabalho) estão colocadas como prioridade da sua atuação, do mesmo modo que sua intervenção sobre a economia de mercado é mais incisiva e marcante que a observada em países periféricos ocidentais.

Segundo King (1988), o *Welfare State* surgiu de uma confluência de interesses das diversas classes sociais, e não exclusivamente da luta do grupo socialista. Nasceu do embate da social-democracia com o capitalismo diante de problemas de difícil integração, como a igualdade social e a distribuição eqüitativa de renda, em contraponto com a produtividade e a lucratividade. De acordo com este autor, isto foi viável porque “a difusão de valores liberais favoráveis a um Estado de Bem-Estar Social favoreceu sua expansão nos EUA como complemento à industrialização” (KING, 1988, p.55), tendo havido mudança fundamental na natureza das sociedades modernas combinando Estado de Bem-Estar e economia, o que impediria, hoje, a

destruição de Estados de Bem-Estar Social, mesmo que os opositores deste modelo se organizassem com este objetivo.

Em alguns países, o *Welfare State* favoreceu a ampliação do emprego público, chegando a mais de 50% a geração do emprego e renda para a população pelo Estado.

A incorporação de critérios opostos aos mercados para questões como saúde, educação, produção, alocação e consumo de bens, geraria, segundo King (1988), uma “corrosão” nos valores e prioridades do mercado nas sociedades industriais avançadas, fortalecendo a sociedade civil e as coletividades de forma geral, inclusive dentro do próprio Estado através do seu funcionalismo, enquanto grupo de pressão sobre as políticas e gastos públicos (ROSE *apud* KING, 1988).

Assim, refletindo os interesses sociais do bem comum, as políticas públicas e intervenções do Estado de Bem-Estar sobre o mercado e a economia angariam apoio social, fortalecendo-o. Entretanto, King (1988) salienta que “é necessário analisar a natureza do Estado de Bem-Estar, sua posição estrutural e forma ideológica nessas sociedades” (KING, 1988, p.55), já que, com a ascensão de governos conservadores de direita empenhados em restringir o *Welfare State* durante crises econômicas, também pode ser visualizada, em muitos países, a propagação de soluções liberais pressionando por mercados livres e menor presença do Estado Social, com maior força nos EUA e Inglaterra, apesar de se manterem presentes aí o apoio ideológico e o institucional, já integrados à estrutura destas sociedades.

O Estado de Bem-Estar Social poderia ser definido como um modelo decorrente de um conjunto de ações políticas e econômicas adotadas por países social-democratas, bem como por alguns países capitalistas de tradição marcadamente liberal, que visam ao tratamento dos problemas e desigualdades sociais através de distribuição moderada de riquezas devido à intervenção do Estado.

Entretanto, esta tentativa de definição não estabelece um conceito que esgote a dimensão e as características do que se entende por Estado de Bem-Estar Social. Segundo alguns autores, as últimas décadas do século XIX marcam o nascimento do Estado de Bem-Estar Social moderno, mas sua expansão ocorreu de forma marcante apenas após a segunda Guerra Mundial.

O *Welfare State* significou bem mais que um simples incremento das políticas sociais nas sociedades industriais desenvolvidas, tendo representado “um esforço de reconstrução econômica, moral e política” (ESPING-ANDERSEN, 1995, p.73), e a

presença deste modelo em países não socialistas seria um reflexo da luta das democracias liberais contra o perigo do fascismo e do bolchevismo, idéia que é compartilhada por King (1988):

[...] Os Estados de Bem-Estar, quaisquer que sejam suas diferenças institucionais, estão profundamente integrados à estrutura social e política das sociedades industriais contemporâneas (...) não constituem (assim) simplesmente um novo estágio do desenvolvimento capitalista e do nível de intervenção estatal, mas uma reestruturação mais fundamental desses países (...) As economias políticas contemporâneas combinam estruturas do Estado de Bem-Estar Social e estruturas econômicas; as duas estão essencialmente encadeadas e provêm traços definidores das democracias industriais avançadas [...] (KING, 1988 pp. 53 - 54).

O surgimento do Estado de Bem-Estar Social está, assim, diretamente atrelado aos Estados social-democratas; por isso, considera-se que um retorno à história destes poderá auxiliar na compreensão do fenômeno *Welfare State*.

Segundo Przeworski (1989), o Estado social-democrata surgiu a partir de concessões feitas pelos socialistas para que o proletariado alcançasse, pelo voto, o domínio do Estado, quando a revolução armada se mostrou inviável no cenário político de alguns países europeus.

Este autor refere que os socialistas optaram por participar da vida política de forma democrática, possibilidade antes totalmente rejeitada, em função de perceberem que tanto a tomada do poder pela luta armada se tornava cada vez mais distante e desnecessária, como a não participação dos representantes do movimento socialista na vida política poderia favorecer a dominação e repressão burguesa. Trazia também o risco de os trabalhadores elegerem grupos não simpáticos à causa proletária, devido a uma identificação outra (religião, etnia, etc) que não uma identificação de classe e que os eleitos não fossem legítimos representantes dos seus interesses.

Assim, o movimento socialista deixou de ter consenso entre seus participantes, e alguns passaram a entender a representação parlamentar na democracia como opção para realizar a luta de classe e a defesa dos interesses do proletariado, onde o voto seria o mecanismo que permite a qualquer cidadão reivindicar seus direitos, ou seja, através do sufrágio universal nas urnas se chegaria a uma construção natural e gradual do socialismo decorrente de reformulações das

leis do próprio sistema capitalista que permitiriam o fim da propriedade privada pelo socialismo ou pela nacionalização dos meios de produção (PRZEWORSKI, 1989).

Para a concretização destas idéias, os socialistas consideravam que seria fundamental estarem organizados em um partido político operário, que conduzisse o processo rumo ao socialismo após as eleições. Esta seria uma forma de proteger o proletariado na luta de classes, enquanto este processo não se concluísse, já que a classe dominante tinha seus próprios meios:

[..] Os capitalistas têm condições de buscar a realização de seus interesses no decorrer da atividade cotidiana dentro do sistema de produção. Eles “votam” continuamente na alocação dos recursos da sociedade quando decidem investir ou não, empregar ou dispensar trabalhadores, adquirir títulos do governo, exportar ou importar. Os trabalhadores, em contraste, só podem reivindicar seus direitos coletivamente e de forma indireta, por intermédio de organizações embutidas em sistemas de representação, principalmente sindicatos e partidos políticos. Por conseguinte, a participação é necessária para a efetivação dos interesses dos trabalhadores [...] (PRZEWORSKI, 1989, p. 24).

Entretanto, o proletariado não se tornou maioria numérica nas urnas, o que obrigou os partidos socialistas a buscarem apoio em outras classes sociais (como a classe pequeno-burguesa) para que pudessem concretizar a idéia de chegar ao poder democraticamente. Conseqüentemente, esta necessidade de atender aos interesses de outras classes levou-os a mudar o perfil e os estatutos dos partidos socialistas, fazendo com que a democracia fosse um dos princípios básicos destes partidos. Deixaram, então, de ser representantes exclusivos do proletariado, se propuseram a representar o povo, a massa e a defender os interesses de outras classes:

[...] Não são interesses do operariado como classe, mas dos pobres, dos consumidores, dos usuários de transporte público etc. (...) Assim, os partidos social-democratas, orientados para o “povo”, continuam a ser partidos de operários enquanto indivíduos. (...) É o próprio princípio do conflito de classes – o conflito entre coletividades internamente coesas – que se torna comprometido quando partidos de operários transformam-se em partidos de massas. (...) Quando os partidos social-democratas tornam-se partidos “de toda a nação”, reforçam a visão da política como um processo de definição do bem-estar coletivo “de todos os membros da sociedade [...] (PRZEWORSKI, 1989, pp. 42 - 43).

Porém, os partidos social–democratas se depararam com a incompatibilidade entre uma maior distribuição de renda e a manutenção da produtividade que dependia

de condições atrativas aos capitalistas, os quais viam a intervenção do Estado na economia como um risco ao aumento da lucratividade.

Desse modo, os governos social-democratas criaram leis e programas em favor dos trabalhadores, mas não se posicionaram tão distantes quanto idealizavam os governos que haviam combatido. Passaram de uma proposta de socialismo à social-democracia e, como nunca conseguiram governar com maioria no Congresso, tiveram dificuldade para promover reformas mais profundas e de maior impacto na configuração econômica, que concretizassem o ideal de justiça e de igualdade social. Esse ideal consistia em abolir a exploração dos trabalhadores e a divisão da sociedade em classes, dirimir desigualdades econômicas e políticas, bem como as fontes de injustiça e, principalmente, eliminar o desperdício e a anarquia da produção capitalista, além de implementar metas baseadas em valores como justiça, liberdade, cooperação e racionalidade (PRZEWORSKI, 1989).

Para alcançar tais objetivos, a social-democracia deveria realizar as reformas mais imediatas, as quais eram vistas como cumulativas e que acabariam por transformar a sociedade, mas que, em curto prazo, já respondiam por resolver as necessidades mais imediatas do povo. Ou seja, a “revolução social” viria pelo caminho das reformas, que abrandaria os efeitos do capitalismo até a total reestruturação da sociedade.

Entretanto, a social-democracia não conseguiu realizar a socialização dos meios de produção e não possuía programa econômico que conduzisse a uma nacionalização gradual, dificuldade que foi partilhada por partidos social-democratas em vários países como a Áustria, Bélgica, Alemanha, França, Suécia e outros.

Diante deste dilema, os governos trabalharam por melhorias para os trabalhadores, desempregados, idosos e outros grupos, através de ações nas áreas de moradia, emprego, legislação trabalhista e tributária. Mas não modificaram a estrutura da economia nem o equilíbrio político.

Os social-democratas, contudo, não tinham política econômica própria e não sabiam a melhor forma de intervir no sistema capitalista; já que não havia uma política intermediária entre o socialismo e os interesses do mercado, a defesa de Keynes de o Estado intervir na economia mudou este cenário e eles tiveram nas mãos uma justificativa para sua presença no governo:

[...] de vítima passiva dos ciclos econômicos, o Estado tornou-se quase da noite para o dia uma instituição por meio da qual a sociedade podia regular

as crises a fim de manter o pleno emprego (...) A sociedade não estava à mercê dos caprichos do mercado capitalista, a economia podia ser controlada e o bem-estar dos cidadãos continuamente intensificado pelo papel ativo do Estado - essa era a nova descoberta dos social-democratas [...] (PRZEWORSKI, 1989, pp. 53-54)

Neste percurso, os social-democratas passaram do foco na nacionalização dos meios de produção à “nacionalização do consumo” e, a partir também das idéias de Keynes, passaram a “desenvolver uma ideologia sobre o Estado do Bem-Estar, definindo seu papel como sendo o de modificar a interação das forças de mercado”, abandonando definitivamente as propostas de nacionalização dos meios de produção.

Estava, deste modo, descoberto um novo caminho para a reforma, sendo abandonado o projeto de nacionalização em favor do bem-estar geral e, ainda que este novo projeto fosse visto como um compromisso com os que eram considerados exploradores, era viável do ponto de vista econômico e político, bem como benéfico em termos sociais.

Seguindo este caminho, o Estado social-democrata assumiu atividades econômicas para prover o bem-estar geral, criando o modelo de intervenção estatal chamado *Welfare State*. Entretanto, se por um lado os social-democratas se debatiam com as pressões do capitalismo e o criaram, os liberais fizeram concessões sociais no intuito de afugentar o espectro do movimento socialista crescente na Europa do mesmo período.

Assim, países como EUA e Inglaterra construíram estruturas de bem-estar social, ainda que não tivessem o objetivo de que tais mudanças levassem gradualmente ao Estado socialista. Ou seja, o *Welfare State* foi, em alguns países, uma espécie de concessão do capitalismo que garantia tranquilidade política e certa acomodação da sociedade civil que favorecia a continuidade do sistema e a gestão do mercado sobre o Estado e a sociedade de forma geral.

Porém, há críticas quanto ao fato de o Estado ter se responsabilizado, principalmente, por atividades que não eram lucrativas nem atrativas para as empresas privadas, mas necessárias para a economia como um todo. Przeworski (1989) sinaliza que, com intuito de criar o bem-estar social, colaborando com o mercado, o Estado se colocou nas mãos deste, gerando uma exigência de que o Estado interferisse constantemente para que as desigualdades não se acentuassem rapidamente. Ou seja, a estrutura do *Welfare State*, caracterizada pelo pleno

emprego, não se revelou durável o suficiente como esperado, pois conforme afirma Przeworski:

[...] a própria capacidade dos social-democratas de regular a economia depende dos lucros do capital. (...) Como os lucros são privados, as decisões dos capitalistas (...) condicionam a eficácia das intervenções do Estado e devem ser previstas. O Estado, que intervém na economia, depende da ação dos capitalistas para seus recursos fiscais, informação, capacidade de elaborar políticas e planejar, capacidade de fornecer serviços sociais etc [...] (PRZEWORSKI, 1989, p.60).

Esping-Andersen (1995) traz uma descrição e análise do futuro do Estado de Bem-Estar Social na nova ordem econômica globalizada, identificando pontos de entrave nos diferentes contextos político-econômicos e culturais de diferentes regiões do mundo. Analisa ainda a visão neoliberal, a qual ressalta o alto custo de manutenção do modelo de bem-estar social vivido por alguns países e o contraponto da visão dos críticos desta perspectiva, os quais, por sua vez, apontam o perigo e os altos custos sociais da dependência em relação ao mercado.

Ele afirma que, diante da crise do *Welfare State*, podem ser identificadas três respostas diferentes (ESPING-ANDERSEN, 1995, p.85). :

1. Os países escandinavos seguiram uma estratégia de expansão do emprego;
2. Os países anglo-saxões (...) favoreceram uma estratégia de desregulamentação dos salários e do mercado de trabalho;
3. e os países da Europa Continental (...), uma estratégia de redução induzida de oferta de mão-de-obra”. Estratégias que estiveram ligadas ao que ele chamou de “natureza de cada *Welfare State*”. Neste sentido, causas nacionais distintas para uma mesma problemática, mas com raízes na nova ordem mundial.

Assim, este autor discute o futuro dos “vários” *Welfare State*, mas não sentencia o seu desfecho, traz muitas interrogações e, como foi citado, descreve os caminhos que vêm sendo traçados nos diferentes países para as várias questões do Estado do Bem-Estar. Dentre os rumos e caminhos trilhados até agora para enfrentar os impasses do modelo de bem-estar estão:

- a manutenção dos programas de bem-estar;
- a conversão de direitos universais em benefícios focalizados.

King (1988) e outros autores destacam ainda a posição do Estado como gerador de empregos, e o funcionalismo público como grupo com força e mobilização política para pressioná-lo em prol de políticas de bem-estar social, porque para ele, o setor público,

[...] organiza segundo critérios que não são de mercado e é responsável pela produção e alocação de bens à luz desses critérios. (...) aquilo que é freqüentemente caracterizado como uma economia de mercado na verdade tem uma proporção considerável de seus cidadãos trabalhando segundo princípios que não são os de mercado, o que modifica a natureza do sistema [...] (King, 1988 p. 69).

King relata que os críticos do Estado de Bem-Estar Social trazem a “revivescência do liberalismo clássico” (KING, 1988, p.72) ao propor um limitado papel para o Estado nas esferas social e econômica e uma preferência por processos que provêm o público em detrimento do mercador.

Esping–Andersen (1995) finaliza seu texto com argumentos que parecem servir de reflexão para este momento de reconstrução de paradigmas:

[...] O mercado pode ser, de fato, um mecanismo eficiente de alocação de recursos, mas não de construção de solidariedade (...) Não se pode desconsiderar os efeitos econômicos dos *Welfare State*, mas tampouco podemos esquecer que a única razão para promover a eficiência econômica é a de garantir o bem-estar.[...] (ESPING-ANDERSEN, 1995, pp.107- 108).

Diante da discussão levantada por estes autores, coloca-se então a questão: Seria a responsabilidade corporativa um reflexo da crise do *Welfare State*? Talvez, após pressionar pela redução da intervenção do Estado, tanto na economia quanto nos demais aspectos da sociedade, as próprias democracias liberais comecem agora a buscar solução, ao menos parcial, para a lacuna criada com o “encolhimento” do Estado. Este afastamento gradual do Estado em relação ao atendimento do social amplia-se de forma progressiva.

Alguns autores colocam como se as empresas estivessem, através das ações de RSE, corrigindo as falhas e incompetência do Estado, idéia que também pôde ser vista neste estudo como uma representação social em um dos discursos apresentados pelos trabalhadores da empresa objeto de estudo.

Entretanto, se colocada como uma concessão das empresas ao social, ao meio ambiente ou aos trabalhadores, a RSE assume uma conotação de “favor” ou “contribuição voluntária” das organizações à sociedade em oposição a uma idéia de resgate, de revisão do papel das empresas enquanto atores do modelo dominante de sociedade no Ocidente, com suas questões de destruição ambiental, desfiguração do tecido social e forte (des) humanização do homem.

3.2 Reflexões sobre o Mercado

O mercado é, em princípio, uma abstração. Não existe enquanto instituição formal, é um signo que representa um grupo de interesses, os quais, por sua vez, são referentes a um grupo de pessoas e organizações ou, se preferirmos utilizar um referencial marxista, uma classe social.

Claro que não é tão fácil delimitar quem ou o que é, de fato, o mercado. O mercado falado na mídia, vivenciado como uma entidade viva, cujo humor define o rumo da humanidade, de fato não existe. Poderia ser pensado como um ente abstrato, virtual (?). Talvez as bolsas de ações espalhadas pelo globo pudessem ser identificadas como a estrutura física deste ente etéreo, o mercado. Mas, etéreo ou não, o mercado é, antes de tudo, financeiro. Relaciona-se com compra e venda de ações, com jogo, com apostas, com maximização de lucros, sem que, necessariamente, tenha que haver investimento em produção de bens ou serviços.

Mas, ele (o mercado) não está identificado apenas enquanto conjunto de locais em que se vendem ações. Os vários mercados de ações que compõem o mercado financeiro internacional não seriam o correlato para o termo “mercado”, pois este precisa ser entendido como algo mais que uma rede de locais espalhados no mundo onde se faz a multiplicação quase mágica do capital.

Mais escorregadio e muito mais complexo, o mercado não pode ser significado como uma rede de bolsas de valores, as quais são, na verdade, *supermarketings* de ações de empresas públicas e privadas, onde também são vendidas dívidas de grandes nações como o Brasil, a Argentina, dentre outros. Então, o que configura ou define, de fato, o chamado mercado auto-regulável?

Talvez seja mais simples entendê-lo como *A palavra*. Uma palavra que resume, de forma bem específica, principalmente os interesses de grupos, de empresas transnacionais, Estados do Primeiro Mundo e das pessoas mais ricas do planeta.

Entretanto, a delimitação do seu contorno não é imediata. Mais que *A Palavra*, o mercado é *A coisa*, a instituição por excelência da ideologia capitalista liberal, onde as premissas do utilitarismo, da racionalidade econômica instrumental, da maximização do lucro e do individualismo estão mais bem plantadas. O mercado é, por si só, a representação abstrata da propriedade privada em nível mundial.

Isto é mais drasticamente verificado após o advento da revolução da informação via informática, já que a globalização⁸ tomou, a partir disso, uma dimensão de velocidade e imprevisibilidade sem chances de reversão, acirrou a concorrência e a competitividade (PASTORE, 2000), ampliando as desigualdades sociais, econômicas e políticas entre países pobres e ricos, acentuando a exclusão em um quadro de pobreza absoluta de vários povos e acelerando a degradação ambiental (BATISTA, 2000).

Atualmente, com muito mais poder que a maioria dos países individualmente, o mercado⁹ economicizou todas as coisas e as relações. Tudo existe para (e deve) ser negociado e, por isso, os mercadores entendem que podem se apropriar de tudo: das terras e das florestas às cargas genéticas de plantas, animais e seres humanos.

Em vários escritos (AVRITZER, 1998; POLANYI, 1980; GAZETA MERCANTIL, 1995; SALMON, 2005), é possível encontrar referências ao mercado ou à economia de mercado: a partir da sua lógica, da sua racionalidade, da sua forma de funcionamento, da sua ética, da ideologia que o sustenta, do sistema político-econômico que representa, etc.

AVRITZER (1998) relaciona mercado, normatividade e racionalidade. Afirma que o mercado, enquanto lócus da ação instrumental, pode ser considerado uma instituição com capacidade para criar regras e normas de regulação social, mas que está ainda em um nível institucional insuficiente para dar conta de uma regulação satisfatória, revelando-se ainda frágil para regular a sociedade como um todo. Isto porque, tendo suas regras baseadas no interesse próprio, cria automaticamente a possibilidade de que cada indivíduo quebre as regras para se beneficiar. Esta racionalidade econômica tem, assim, no utilitarismo e no individualismo, dois dos seus principais componentes de funcionamento (GAZETA MERCANTIL, 1995).

⁸ Alguns autores levam a idéia da globalização a um extremo de difícil marcação temporal, assinalando seu início a partir do momento em que o homem passou a deslocar-se pelo planeta. Entretanto, a idéia de comércio globalizado poderia ser datada a partir do comércio entre países como Inglaterra, Espanha e Portugal faziam séculos atrás (PANITCHPAKDI *apud* AQUINO, 2002).

⁹ Importante salientar que, desde o princípio deste capítulo, utiliza-se o termo mercado como referido por França Filho (2003): “economia de mercado ou ao princípio do mercado auto-regulado em economia que supõe um padrão de racionalidade específico que lhe é inerente. Distingue-se, pois, esta noção daquela que poderíamos chamar de mercados concretos, como uma feira livre popular, por exemplo, cuja racionalidade não se reduz a um mero princípio contábil-mercantil” (FRANÇA FILHO, 2003, p. 6)

Neste sentido, AVRITZER (1998) reforça a idéia de que a racionalidade instrumental característica do mercado é insuficiente enquanto premissa explicativa única para tratar a realidade e as relações humanas e sociais. Apesar disso, as democracias liberais conseguem ratificar a lógica de mercado e toda sociedade circula em volta dele, sendo o fator econômico representado por ele e sobreposto aos demais fatores: o político, o social e o ambiental (POLANYI, 1980; MATTAR, 2001). Esta sobreposição realizada pela sociedade coloca “as organizações no centro do universo ignorando o resto não redutível à formalização” (CAILLÉ E GORZ *apud* CHANLAT, 1996, p. 23).

Assim, o mercado estabelece a preponderância do econômico sobre o próprio homem. Esta economia centrada no mercado desumaniza-o, transformando-o em pouco mais que “um robô”, programado para ganhar dinheiro ao máximo (GAZETA MERCANTIL, 1995), desconfigurando o objetivo original do fazer econômico que seria gerar bem-estar ao homem coletivamente (MATTAR, 2001).

Isto remete à proposta de Keynes (1932, p.372):

[...] De fato, 40 anos atrás, Lorde Keynes observou que o desenvolvimento econômico decorreu da avareza, da usura, da precaução – tudo isso coisas que ele desprezava. Concluiu ele, todavia, que “por mais algum tempo” precisavam elas continuar “a ser os nossos deuses”, porque “somente elas nos podem fazer sair do túnel da necessidade econômica”. No contexto das precárias condições que se esperava fossem ainda perdurar por algum tempo, Keynes recomendou que se “fizesse de conta, para nós mesmos e para todo mundo, que o certo é errado e o errado é certo; porque o errado é útil e o certo não é” [...] (KEYNES *apud* RAMOS, 1989, p. 01)

Efetivamente, os mercados¹⁰ tiveram suas atividades iniciadas entre os séculos XII e XIII. Em seu surgimento, o mercado propôs a especialização das comunidades autônomas que não comercializavam nos burgos, mas não cumpriu as promessas feitas: garantir um sistema de trocas eficiente e aumentar o bem-estar e as condições de subsistência destas coletividades, o que gerou dependência entre as comunidades, diminuindo a qualidade de vida da população e as empobrecendo (MATTAR, 2001). Até hoje o mercado permanece indiferente e ineficaz para grande parte da humanidade.

¹⁰ Neste nascimento, o mercado caracterizava-se concretamente apenas como feira livre popular que funcionava dentro de uma racionalidade meramente contábil-mercantil, diferentemente do que se entende na atualidade por mercado auto-regulável em economia (FRANÇA FILHO, 2003).

Do mesmo modo, a Revolução Industrial gerou especialização pela fragmentação do trabalho, prometendo maior produtividade e benefícios distribuídos a todos. No entanto, o aumento da produtividade e a riqueza daí decorrentes também não foram utilizados para benefício coletivo. Em verdade, alguns teóricos colocam a Revolução Industrial como sendo uma tragédia para a maioria, não só pela ganância dos capitalistas em busca do lucro, mas pela “devastação social de um sistema incontrolado, a economia de mercado” (MACLVER, 1980, p.10), a qual se concentrou demasiadamente na maximização do lucro e relegou a condição humana ao último plano. E agora, já não há tanta esperança na viabilidade de restaurar o *Welfare State*.

Neste sentido, concebido em seu surgimento como a garantia de melhoria da condição humana, o mercado tem provado não ser o que se idealizou (SCHROEDER, 2004), permanecendo indiferente e ineficaz para grande parte dos homens.

Até o século XIX, o homem conheceu uma dada civilização que, segundo Polanyi (1980), tinha alicerces plantados em instituições políticas e econômicas, que, mais tarde, participaram das causas de uma grande crise: o sistema de equilíbrio de poder entre as nações; o padrão internacional do ouro (simbolizando a organização única da economia mundial); o mercado auto-regulável e o estado liberal. Ele afirma ainda que o mercado auto-regulável foi fonte e matriz na origem de uma civilização específica e foi criador do Estado liberal.

Esta nova civilização apontada por Polanyi (1980) parece ser o que Chanlat (1996) chamou de “Nova Ordem Social”, decorrente de transformações econômicas, sociais, políticas e culturais cuja origem se encontra em épocas antigas (BRANDEL *apud* CHANLAT, 1996), que desembocaram no “capitalismo histórico”¹¹. Segundo ele, nesta Nova Ordem Mundial a sociedade viu proliferar grande número de organizações que se tornaram “um dos principais pontos de alavancagem e de estruturação individuais e coletivas” (ZUCKER, MEYER e ROWN *apud* CHANLAT, 1996, p. 25).

¹¹ Chanlat denomina capitalismo histórico à “ascensão da racionalização” (WEBER, 1971), pela acumulação do capital (MARX, 1970), pela hegemonia das categorias econômicas (POLANYI, 1983), pelo desenvolvimento do individualismo (DUMONT, 1983), pela obsessão do progresso (ROSTOW, 1968), pela urbanização (CASTELLS, 1975) e pela explosão tecnológica (ELLUL, 1964 e LANDES, 1975) (CHANLAT, 1996, p25).

De acordo com Polanyi (1980), diante de uma instituição tão poderosa, a sociedade reagiu prejudicando a auto-regulação dessa e a vida industrial. Este confronto impulsionou o desenvolvimento do sistema de mercado para um caminho peculiar (específico), o que acabou por romper a organização social que nele se baseava. Precipitou-se aí a autodestruição da sociedade do século XIX. Vários Estados entraram em colapso, e guerras se abateram sobre o homem, levando a uma transformação planetária devido ao enfraquecimento do sistema econômico internacional.

Até o século XIX, o mercado podia ser distinguido do Estado, o que se tornou mais difícil com a “economia política do pós-guerra” (KING, 1988, p. 55). Neste sentido, seria pertinente pensar em uma espécie de absorção¹² do Estado pelo mercado financeiro ou, talvez, o termo mais apropriado fosse uma sobreposição do mercado sobre o Estado.

Assim, além de não ser regulado pelo Estado, o mercado tem amplos poderes sobre ele. Exemplo claro quanto ao poder do mercado sobre o Estado é trazido por Polanyi (1980), quando afirma que o poder do sistema econômico foi o sustentáculo para a paz que o mundo viveu entre 1815 e 1914. Isto porque os negócios teriam prejuízos caso as fundações monetárias do sistema sofressem interferências geradas por guerras entre as potências e isto teria sido o fator motivador para que as nações mantivessem um período tão prolongado de paz mundial.

É fato que o lucro era o objetivo primeiro, mas a função da “*Haute Finance*”¹³ de “mantenedora” da paz veio da necessidade de manter bom relacionamento com governos de diversos países. Esta instituição prestou-se a ser “o elo principal entre a

¹² Os efeitos do que se chama aqui de absorção podem ser observados nos fatos cotidianos da vida de um país. Em 2002, quando da campanha à presidência do Brasil, o mercado pressionou a nação tentando conduzir a população para que seguisse os interesses econômicos dos acionistas do mercado internacional. Neste sentido, a mídia tem forte papel como parceiro, defendendo interesses econômicos particulares: Em texto intitulado: **Banqueiro tem Razão**, Mainardi defende abertamente a pressão do setor econômico nas eleições: “Vou abrir uma conta no ABN Amro (..) ou num dos bancos estrangeiros que, diante do crescimento de Lula nas pesquisas eleitorais, apostaram contra o Brasil, recomendando a seus clientes que diminuíssem os investimentos no país. Quero que eles cuidem do meu dinheiro (...) o que os investidores querem é lucro. Nada de pessoal (...) Porque o *Morgan Stanley* ou o *Merryl Lynch* deveriam preocupar-se com a fome e o desemprego? Não é papel deles. Sua função é ajudar os clientes a investir corretamente e a lucrar com isso (...) Eu, como escritor, ficaria feliz e esperançoso se as pessoas tivessem medo de Lula por causa de seus erros gramaticais. Não é assim. Infelizmente a gramática não conta nada” (MAINARDI, 2002, p.124).

¹³ *Haute Finance* – Instituição econômica do século XIX equivalente ao que hoje são a OMC, o FMI e o Banco Mundial.

organização política e a econômica do mundo (...) Havia um contato íntimo entre finança e diplomacia” (POLANYI, 1980, p.29).

No século XX, a Revolução da Informação permitiu significativo avanço do conhecimento em todos os campos, assim como também contribuiu para uma forte aceleração na geração de riqueza. Mas trouxe consigo a cronificação da desigualdade e, mais uma vez, não afetou positivamente a qualidade de vida da maioria. Quanto mais ricos, mais informados e com mais chance de dominação, financeira, social, bélica e de ampliar conhecimento e tecnologias. Hoje, o processo de globalização, além de não alterar esta realidade (MATTAR, 2001), a torna mais perversa e devastadora.

A observação do quadro de empobrecimento e miséria social de alguns países, em especial no continente africano e asiático (FRANÇA, 2005), associado à descrição de alguns resultados financeiros, atesta esta afirmativa: 20% dos países mais ricos detêm 86% da renda e metade dos países do mundo tem suas populações em pior situação hoje do que há uma década. Houve aumento da desigualdade entre países em termos de renda, e metade da população mundial vive abaixo da linha de pobreza. Entretanto, as três pessoas mais ricas detêm o mesmo que a soma dos Produtos Internos Brutos (PIB's) do conjunto de países menos desenvolvidos, cujas populações juntas ultrapassam 600 milhões de pessoas (MATTAR, 2001).

Em estudo recente, França (2005) discute, de forma mais detalhada, a questão da concentração de renda verificada nos países ricos como causadora do atual cenário de pobreza¹⁴ dos países periféricos e dos chamados países em desenvolvimento. No Brasil, a situação é também bastante grave. Segundo França (2005), até 1999 os dados da PNAD/ IBGE apontavam que trinta e quatro por cento (34%) da população (53 milhões de pessoas) encontravam-se com renda abaixo da linha de pobreza e quatorze por cento (14%) do grupo (22 milhões de pessoas), abaixo da linha de indigência¹⁵ (BARROS, HENRIQUES, MENDONÇA *apud* FRANÇA, 2005).

¹⁴ Neste estudo, entende-se por pobreza “situações de carência em que o indivíduo não atinge um padrão mínimo de vida compatível com os parâmetros socialmente estabelecidos em cada contexto histórico (...) mais particularmente como insuficiência de renda” (FRANÇA, 2005, pp.16-17) Além disso, utiliza em sua discussão o conceito de pobreza absoluta, haja vista a condição de altíssima concentração de renda do País.

¹⁵ Linha de pobreza e Linha de indigência são definições baseadas em estudos estatísticos. Abaixo da linha de pobreza “estão as pessoas cuja renda não é suficiente para cobrir os custos mínimos de

Dentro deste contexto e do ponto de vista da construção do conhecimento, as organizações mercantis entenderam há muito ser esta uma porta para ampliar o poder tanto quanto o capital, por isso elementos intangíveis como conhecimento, informação, criatividade, capacidade de gestão e inovação, imagem da marca, dentre outros, são hoje alguns dos principais elementos do valor de mercado das empresas, nas quais a concentração de poder econômico e de conhecimento também pode ser verificada.

Assim, em 2000, as maiores empresas americanas tiveram faturamento 40% superior à soma dos PIB's do Brasil, Argentina, México, Venezuela, Colômbia, Peru, Uruguai e Chile (MATTAR, 2001). Além disso, sabe-se que das cem maiores economias mundiais, cinquenta são corporações do setor privado, consideradas, inclusive, como o mais importante meio de acumulação de riquezas do século XX (SCHROEDER, 2004).

Vê-se, assim, que a dificuldade de auto-regulação dos sistemas econômicos e sociais favorece a concentração econômica, a desigualdade social e a destruição ambiental. A Revolução da Informação agravou o desequilíbrio (FRANÇA, 2005), e o poder fornecido pelo conhecimento segue, também ele, o mercado.

Então, pode ser suposto que as organizações e, principalmente, as grandes corporações espelhem um sistema econômico onde o aspecto social é quase totalmente ignorado, criando uma sociedade onde o homem e também o ambiente são o que menos importa. Sistema mundial que, baseado em um mercado supostamente auto-regulável, gerou inclusive “o aniquilamento da substância humana e natural da sociedade” (POLANYI, 1980, p. 47), estando tanto a existência do homem quanto a do meio ambiente cada vez mais atreladas à sobrevivência e ao modo de funcionamento das organizações.

Desta interdependência entre valores da sociedade e organizações, decorre a necessidade de um conhecimento mais aprofundado quanto ao contrato social e ao nível de humanização das relações entre as empresas e as várias partes interessadas, dentre elas os trabalhadores, grupo que está diretamente submetido à atuação e ética da empresa e que, historicamente, foi “reduzido à categoria de mercadoria e da mercadoria mais miserável” (MARX, 1991, p. 154).

manutenção da vida humana: alimentação, moradia, transporte e vestuário” (MENDONÇA, 2002, p. 84) e abaixo da linha de miséria estão aqueles que não ganham o bastante para garantir a necessidade básica à sobrevivência: alimentação.

Esta posição de mercadoria imposta ao homem é, hoje, ideologicamente incorporada ao discurso dos excluídos sob a forma de representações sociais, estão ligadas, por exemplo, ao corpo e ao adoecer, como pode ser visto em pesquisa realizada por Minayo, em serviço público de saúde da cidade do Rio de Janeiro:

[...] A representação social de saúde e doença, portanto, está muito ligada à atividade física e à capacidade para trabalhar. (...) Essa equivalência da doença ao não-trabalho ou à não-atividade não é natural, mas socialmente construída de acordo com a ideologia de que nosso corpo é feito para produzir [...] (MINAYO, 1997, p. 36).

Isto talvez seja decorrente justamente dos valores que permeiam as organizações, onde, de fato, o trabalhador não seja visto em sua humanidade, mas apenas como força de trabalho, recurso ou instrumento da produção, seguindo a empresa a dinâmica do mercado auto-regulável – onde, além do homem, a terra, o trabalho e o dinheiro estão postos como mercadoria (POLANYI, 1980), devendo ser priorizados os ganhos e a produtividade em detrimento do homem, do social e do bem comum.

3.3 A Ética em tempos de Democracia Liberal

A discussão sobre o que é a ética é centenas de anos anterior à existência das organizações mercantis, do mercado, do capitalismo e, inclusive, do Estado. Porém, permanece atual e necessária, para não dizer urgente.

Atualmente, todos falam sobre a ética. Ética nas relações comunitárias, ética profissional, ética na política, ética nas organizações, ética no capitalismo, ética nos negócios, ética...ética...ética...

Apesar disso, parece que não se está falando de uma mesma ética, afinal, independente de quem fala, que idéias defende, parece que se considera sempre acima de um questionamento sobre se age ou não dentro da ética. Além disso, embora haja posicionamentos opostos (e que não se misturam) diante da vida e dos interesses coletivos, todos se apropriam de uma retórica da ética, a qual, no entanto, é, por vezes, difícil de apreender quando se buscam os seus aspectos concretos e cotidianos nas ações dos que se nomeiam éticos ou que falam em nome da ética.

Nos últimos quinze anos, parece ser obrigatório fazer um apelo à ética nas organizações do setor privado das sociedades ocidentais, como se a evocação da

palavra pudesse aproximá-la da realidade que se vivencia e se constrói. Esse apelo à palavra ética, nem sempre significa um apelo por concretização de posturas verdadeiramente éticas. Embora em nome da ética sejam corporificados, nas empresas, códigos e cartas de ética e valores, não está claro qual uso e impactos nas relações com as partes interessadas estes livros têm no cotidiano organizacional interna ou externamente (SALMON, 2005).

Quem são os escribas organizacionais no que toca à elaboração destas cartas e códigos? Seriam só escribas, ou seriam também aqueles que ditam, definem o que propriamente se deseja que seja entendido pelos trabalhadores e sociedade por ética organizacional? Independente de poder responder a estas indagações, é nítido que há antes de tudo, certa confusão entre o que sejam ética e moral.

Enquanto a moral diz respeito às regras e normas de conduta de uma coletividade em determinado período de tempo e de acordo com a tradição cultural de cada civilização, a ética, por sua vez, deveria ser entendida como atemporal. Mas, aparentemente não tem sido.

Se as regras morais podem ser naturalmente diferentes de acordo com a localização geográfica e costumes de um povo, a ética, por seu turno, haveria que ser o elo de ligação entre povos muito diferentes entre si. Ética, neste sentido, poderia servir de ponto de ligação e de viabilização para a existência da humanidade de forma mais harmônica em sua diversidade cultural.

Conceito historicamente construído, a ética refere-se à qualificação da conduta humana do ponto de vista do bem e do mal, independente de normas e regras culturais diferenciadas. Dentro deste contexto, a ética se encaixaria na ideia de valorização da vida, do homem visto individual ou coletivamente. Assim, uma sociedade pode apresentar normas e regras morais contrárias à ética, à vida, ao homem. Ou seja, embora do ponto de vista moral, um Estado possa legitimar seu poder moral de sentenciar uma mulher à morte por adultério, este poder é eticamente contrário ao bem desta mesma coletividade.

Segundo Chanlat (1992), a ética é o que determina as regras de ação nas relações humanas, bem como "as relações que o bem individual mantém com o bem coletivo" (CHANLAT, 1992, p.69). Neste conceito, fica pressuposta a reciprocidade da ação ética nas relações, onde o individual não pode se sobrepor ao coletivo. Esta

é a idéia de ética que Salmon (2005) descreve como construção do coletivo a partir da ação individual.

Entretanto, para pensar a relação entre a ética e a Responsabilidade Social Empresarial é necessário compreender as organizações privadas enquanto atores da sociedade que contribuem no (e para) seu modelo de funcionamento e na construção ou destruição dos valores desta, já que as empresas mercantis são as legítimas representantes do sistema capitalista e de sua ética. As práticas de responsabilidade corporativa são apresentadas como possuidoras de valores voltados ao bem coletivo, postura que não condiz com o histórico utilitarista, competitivo e instrumental destas sociedades.

Nas democracias liberais, a lógica da acumulação tem domínio até hoje inabalável. Além disso, a ideologia do sistema capitalista impõe regras de conduta e valores onde, na verdade, o lucro é sempre prioridade (SOARES, 2004). Assim, é conhecida a influência do capitalismo para mudanças nos valores e na ética da sociedade. Com as transformações deste sistema, a ética “articulada à ordem do progresso no século XIX foi substituída pela ética protestante na fase da industrialização da produção e de racionalização do trabalho” (SALMON, 2005, p.2). Em seguida, gradualmente, este mesmo sistema substituiu a ética religiosa, que se tornou incômoda ao mercado, por uma ética do bem coletivo. Conforme explicita Soares (2004):

[...] a moral e a ética parecem também sofrer alterações em função de uma nova redefinição econômica, social e ideológica, no interior do espírito capitalista (que está presente) em todas as instâncias da sociedade[...] (FARIA e MENEGHETTI *apud* SOARES, 2004, p. 05).

Salmon afirma que, mais uma vez, o capitalismo propõe repaginar a ética, saindo desta ética progressista coletivizada, baseada na idéia do individual, construindo o bem coletivo, para uma concepção de ética econômica como “meio de regulação” (SALMON, 2005, p.14) do mercado sobre o Estado e a sociedade. Esta mudança para uma ética econômica evitaria o questionamento quanto à “utilização da riqueza (no) social: o bem da humanidade ou as lógicas de crescimento (sem fim?)” (SALMON, 2005, p.14).

Neste sentido, esta nova ética não mais ofertaria sentido e direção (metas coletivas a serem alcançadas) aos indivíduos, mas crenças e valores “como

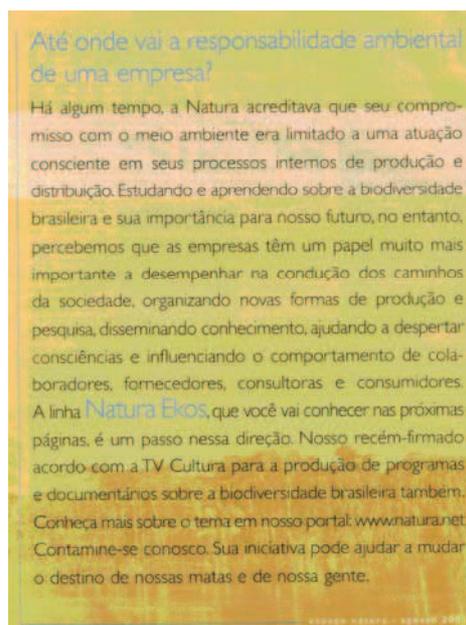
elementos de regulação de uma ação coletiva que deve (para o sistema) permanecer coordenada” (SALMON, 2005, p.14).

Conforme pode ser visto na citação a seguir e na figura I, alguns projetos e anúncios corporativos trazem um discurso onde está claramente colocada a visão das empresas como lócus de produção da ética. A transcrição parcial abaixo faz parte da descrição de um projeto social nomeado “**Aprender Valores**”, o qual foi implementado em cidade circunvizinha à empresa realizadora. Desde a expressão que nomeia o projeto é feita uma alusão implícita de que a organização possui valores que pode e deseja passar aos indivíduos participantes, melhorando-os e formando seu caráter, conforme salientam as frases em negrito:

[...] Atualmente, o principal projeto social da Aços Villares no município é o “Na roda Viva da Capoeira”, (...) **Pelo programa, 600 crianças e jovens (...) aprendem os valores** dessa atividade (...) os benefícios proporcionados abrangem aspectos sociais e culturais. **“Foi uma forma que encontramos de incentivá-las a enxergar o valor do esporte, ajudando na formação do caráter e integrando-as à sociedade”** [...] (Não há negrito no original) (ABM, 2004, pp. 15-16).

Do mesmo modo, em anúncio publicitário de outra corporação (figura I), esta se declara conscientizadora do homem e da sociedade.

Figura I: Texto Corporativo



Fonte: Revista Veja, 2001.

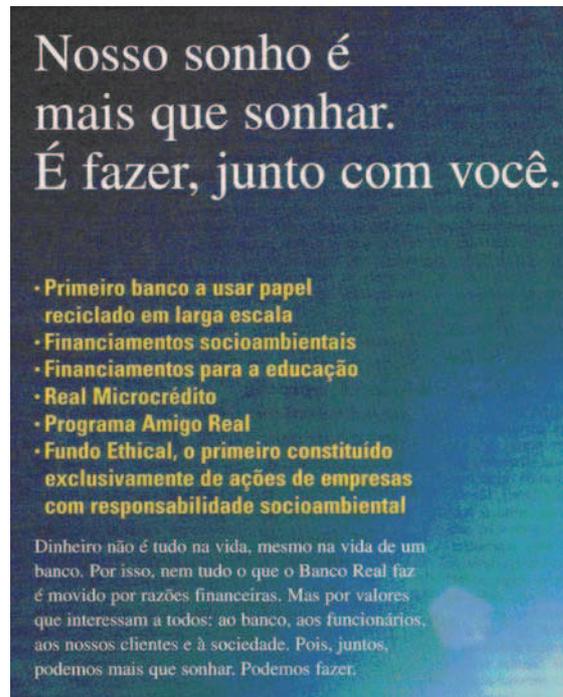
Isto não significa dizer que tais projetos não têm valor e importância ao desenvolvimento destas comunidades, também não se está discutindo se há intenção ética verdadeira por parte da organização ou não, mas se discute a idéia de que a ética e o resgate de valores solidários da sociedade sejam atribuídos ao setor privado.

Em sua análise, Salmon (2005) afirma que, do ponto de vista da organização da atividade econômica, até então efetivada no âmbito das organizações como finalidade dos valores coletivos perseguidos por toda força de trabalho, “a organização concreta da vida na empresa aí se oporia em vez de ser pensada como uma condição de possibilidade de desenvolvimento” (SALMON, 2005, p.14)

Para ela, o contexto organizacional não se caracteriza como portador de valores não econômicos; uma divulgação publicitária dos bens e valores manteria um laço entre trabalhadores, empresa e consumidores, “distendido entre o real e a mira ética, o sistema e o mundo vivido, entre os meios e os fins” (SALMON, 2005, p.14).

Segundo esta autora, a ética produzida pela ordem econômica se reduz a uma funcionalidade instrumental, e os valores sociais, religiosos e humanos passam a ser pensados em termos de valor econômico. Não haveria, portanto uma adaptação do mercado ao social, apenas uma instrumentalização do social em favor das “formas capitalistas” (LÉVÈSQUE *apud* SALMON, 2005, p.15). Mais uma vez, o texto de um anúncio publicitário (figura II, na página seguinte) personifica as afirmações de Salmon e explicitam a tentativa da esfera econômica de continuar submetendo a sociedade à sua hegemonia, mas, desta vez, a partir de uma retórica da ética e da idéia de que o setor privado trará valores ao homem.

Figura II: Dinheiro Não é Tudo



Fonte: Revista Veja, Abril 2005.

Neste sentido, esta ética estabelecida pelo econômico impõe uma ação humana destituída de sentido e de valores, e é sempre organizada para a manutenção do atual sistema econômico. Nas palavras de Salmon:

[...] A ética a serviço da economia não terá mais nada a dizer ao homem, a não ser dizer valores suspensos, desprendidos da atividade real / concreta na qual estão implicados os indivíduos, valores aos quais será preciso, entretanto, crer para continuar a corrida desenfreada pela sobrevivência, até o momento em que a sobrevivência, não terá mais realmente importância [...] (SALMON, 2005, p.15)

Diante do exposto, entende-se que essa lógica que prioriza a produção de mercadorias e a reprodução do capital, torna inconciliável avanço e preservação, bem como progresso e desperdício (MÉSZAROS *apud* SOARES, 2004). Então, seria possível dizer que este sistema é inconciliável também com o bem comum, com a ética ou mesmo com a humanidade?

Se for aceita a concepção de que o capitalismo, com sua lógica de ganhos incessantes, é o motor que precarizou as condições de trabalho de diversas formas, recuando somente por imposição das conquistas alcançadas na luta do operariado

(mas que já estão aos poucos sendo descartadas com a implementação de novos modelos de relação entre trabalhadores e empresas), bem como é o que tem destruído a natureza, descaracterizado os agrupamentos sociais, não haveria possibilidades éticas no âmbito do capitalismo, tendo em vista os seus imperativos de violenta competitividade que têm provocado a destruição, no homem, da sua humanidade (FARIA *apud* SOARES, 2004), e sua transformação em estranho. Estranho à natureza, ao trabalho, ao outro e a si mesmo (Marx, 1991).

Hoje, é possível observar alguns fenômenos bizarros produzidos pelo esvaziamento de valores e da ética econômica na saúde e no comportamento dos homens, a partir do domínio desta esfera sobre todas as demais. Situações que, de tão excêntricas, extrapolam o que até então se observava na humanidade, inclusive no que diz respeito às formas de adoecimento psíquico. Haveria inúmeras questões a discutir quanto a este ponto, mas este não é o foco deste estudo. Entretanto, torna-se importante citar fenômenos como a compulsão a comer e ao consumo, a fixação doentia pela imagem física “perfeita” (muito comuns nos EUA) e o isolamento quase completo¹⁶ de jovens do Japão,¹⁷ com comunicação social exclusiva por computador, podem ser citados como reflexo da hiper-competitividade e da ausência de ideais e valores verdadeiramente humanos e humanitários a que as pessoas estão expostas nas sociedades de economia de mercado.

No entanto, um fenômeno ainda mais recente surpreende pela falta de sentido e pelo vazio de valores que exprime: poderia ser nomeado de turismo na “indigência”, modalidade de diversão parecida com os passeios aos morros e bairros pobres que turistas americanos e europeus realizam para conhecer a realidade dos pobres brasileiros, mas muito mais estranha. Trata-se de um “pacote turístico” em que as pessoas pagam para viver só com a roupa do corpo, por alguns dias, em uma cidade estranha entre indigentes nativos (APÊNDICE V). Em seu texto, Chanlat (1992) já apontava para a possibilidade do surgimento de fenômenos dessa ordem:

[...] As relações humanas põem em jogo regras que não são todas da ordem do econômico. Todavia, sob a pressão do econômico, vemos, infelizmente, surgirem atitudes, maneiras de ser e de fazer que inquietam numerosos

¹⁶ Fenômeno que não tem correlato na história da humanidade, nem em outras sociedades, exceto em quadros de doença mental como a psicose (diagnosticada pela medicina psiquiátrica), possibilidade diagnóstica já descartada em muitos dos casos dos jovens japoneses.

¹⁷ País em que, em detrimento do núcleo familiar, as instituições são o centro da vida dos indivíduos, a base da organização social (NAKANE *apud* CHANLAT, 1992).

observadores. Nós partilhamos dessa inquietude [...] (CHANLAT, 1992, p. 69).

Neste texto, ele chama atenção para o efeito do domínio da racionalidade instrumental da economia sobre o humano, apontando cinco fatores motivadores para as empresas adotarem o tema da ética que seriam: os escândalos de *Wall Street* e do mundo dos negócios de forma geral, observação de um perfil mais egoísta entre os jovens diplomandos, “conseqüências socioeconômicas de certas decisões especulativas (...), perturbações técnicas (e) baixa generalizada da consciência profissional em diversos níveis da empresa.” (CHANLAT, 1992, p. 69)

Além disso, ele salienta que, até o momento, as relações sociais dentro das organizações foram pautadas em regras baseadas em valores econômicos, de uma ética utilitária que atropelou a complexidade do comportamento humano, apesar de as relações humanas terem regras não redutíveis ao econômico.

IV RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O fenômeno que virou uma febre global a partir dos anos 90 (FRANÇA, 2005; SALMON, 2005) é investigado neste estudo a partir do discurso e percepção dos trabalhadores de uma organização do setor industrial. Pesquisas e textos da vertente gerencialista apontam a RSC como uma estratégia de gestão que não mais sairá do cenário organizacional e afirmam haver significativos avanços nesta área com surgimento de “organizações muito mais humanas” (SILVEIRA, 2004, p.15).

Entretanto, a temática da responsabilidade social corporativa é ainda confusa (França, 2005) tanto do ponto de vista conceitual, quanto em relação às práticas que comporta em seu escopo. Mas, é certo que a idéia de Responsabilidade Social Corporativa ultrapassa a barreira de uma mera descrição dos projetos e do apoio financeiro a instituições filantrópicas, assim como não se faz conhecida através da leitura dos “balanços sociais”, publicados pelas empresas.

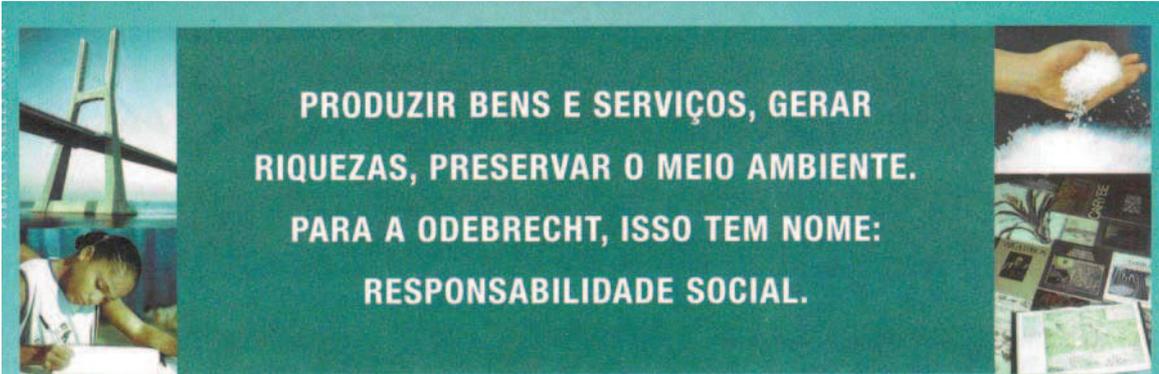
Credídio (2003) chama a atenção para o equívoco existente entre ser empresa socialmente responsável e fazer um investimento pontual em um projeto social. Segundo ele, as empresas confundem investimento social privado com responsabilidade social. Ou seja, ser cidadã não equivale a “apadrinhar ou financiar um determinado projeto” (CREDÍDIO, 2003, p.03), mas ser socialmente responsável em tempo integral e em todas as áreas, e não apenas quando e onde for conveniente, ou como forma de justificar um discurso supostamente cidadão.

No que tange às práticas verificadas no cenário brasileiro, e por que não dizer mundial, alguns teóricos (MATTAR, 2001; FRANÇA, 2005; CREDÍDIO, 2003) apontam dois posicionamentos por parte das empresas: o primeiro remete à postura ética da empresa em todas as suas relações; e o segundo, ao uso da RSE para fins

de marketing da imagem organizacional e/ou seguimento de uma tendência de mercado – um modismo gerencial (MATTAR, 2001).

Esta diferenciação no posicionamento pode ser entendida a partir do que impulsiona uma organização a atuar socialmente e dos valores e ética que, de fato, realiza. Assim, se os projetos de RSE se propõem a levar a empresa a uma atuação cidadã, eles empurrariam as empresas a atuar em prol do seu público interno e da sociedade como um todo, o que, em princípio, decorreria de uma preocupação com a ética, mas não só. Assim, certamente, a ação social das empresas é reflexo também, da atuação e pressão de alguns atores sociais – as organizações da sociedade civil, os consumidores, os líderes de opinião, a mídia, o governo e os acionistas, sendo dirigido a eles (SALMON, 2005) o seu discurso (Apêndice IX), como fica implícito no texto da figura abaixo.

Figura III: Balanço Social 2004



PRODUZIR BENS E SERVIÇOS, GERAR RIQUEZAS, PRESERVAR O MEIO AMBIENTE. PARA A ODEBRECHT, ISSO TEM NOME: RESPONSABILIDADE SOCIAL.

B A L A N Ç O S O C I A L 2 0 0 4

Na **Odebrecht**, responsabilidade social é produzir bens e serviços que gerem riqueza para seus Clientes, Acionistas, Integrantes e para a comunidade; riqueza que seja fator de desenvolvimento dos países e regiões em que atua. Os resultados que obteve em 2004, quando completou 60 anos, confirmam a liderança da **Odebrecht** nos setores de Engenharia e Construção e Química e Petroquímica na América Latina.

Fonte: Revista *Época Negócios*, 18/07/2005.

Estudos (ETHOS, 2000; ETHOS, 2002; MATTAR, 2001; FRANÇA, 2005; REIMAN *apud* HAYDEL, 1989) têm confirmado o senso comum de que, em um efeito cascata, quando consumidores e investidores demonstram, na prática, que as questões ambientais e as relações de trabalho são importantes, as empresas se

vêm obrigadas a rever sua forma de agir. Trata-se, então, de mudanças na qualidade das relações da empresa com as várias partes interessadas, a partir de exigências externas, inclusive quanto a garantir aos trabalhadores que sejam tratados de forma justa e que tenham sua saúde e sua segurança preservadas (ETHOS,2002; HAYDEL,1989; PASTORE; 2000).

Diante disso, há grande movimentação no setor privado (Apêndice VI) por difundir, interna e externamente, que sua gestão prioriza e realiza valores como honestidade, solidariedade, responsabilidade social, o que faz através de publicações, anúncios, cartas de valores, comitês de ética, bem como se aproximando de lideranças comunitárias, organizações da sociedade civil e sindicatos para planejar e implementar projetos, desde as instâncias mais locais como associações de bairro à organismos internacionais como a ONU¹⁸ e a OIT¹⁹ (SALMON, 2005).

A apropriação de um discurso que prega a ética e o resgate de valores traz, algumas vezes, uma conotação implícita de que a organização pretende corrigir uma falha da sociedade, conscientizar o homem e trazer para relações valores que não existem agora. Os textos e imagens das **figuras IV e V**, a seguir, e outras nesta dissertação, talvez ilustrem literalmente esta afirmação. O texto da **Figura IV** diz: “A Fórum convida o país a vestir uma camisa. De fé, respeito, honestidade, esperança e luta. Vivemos um momento histórico de união pelo social. Vista essa camisa e ajude quem não tem o que vestir. Lucro 100% revertido para o projeto Brasil sem frio”. E o texto da **figura V** traz: “Como usar com responsabilidade a mais rica biodiversidade do planeta? Esta causa também é sua”.

¹⁸ Organização das Nações Unidas

¹⁹ Organização Internacional do Trabalho

Figura IV: Honestidade



Fonte: Revista *Veja*, 2003.

Figura V: Conscientizando o Homem



Fonte: Revista *Veja*, 2005.

Até algumas décadas atrás, o atributo de sucesso de uma empresa estava centrado no produto. Agora há uma maior complexidade ao incorporar diversos outros aspectos, inclusive a relação com o ambiente e com o social. Entra em jogo com isso o contrato social, que define o quão humanizadas são as relações da empresa. A ética passa a ser uma exigência concreta. Espera-se que as empresas trabalhem também pelo bem-estar coletivo. Ou seja, a forte demanda dos atores independentes é para que as empresas ajam de maneira social e ambientalmente responsável. (MATTAR, 2001; HAYDEL, 1989; ALDAG e BARTOL *apud* HAYDEL, 1989).

O Instituto ETHOS propõe uma distinção entre RSE e a já conhecida filantropia, considerando esta uma ação da empresa que beneficia principalmente “a comunidade em suas diversas formas, (enquanto que) a RSE trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz” (ETHOS, 2004). Se associada a esta compreensão for concordância que há um débito social por parte das

organizações capitalistas para com a sociedade, a definição de Responsabilidade Social Corporativa não poderá comportá-la no escopo de sua conceituação e de suas ações.

Não parece, porém, ser exatamente esta a compreensão das organizações privadas e, inclusive do Terceiro Setor, já que muito do material de divulgação de campanhas e ações sociais corporativas trazem claramente a idéia de filantropia, doação, ajuda, termos que apontam uma compreensão diversa por parte das empresas quanto ao que significa a RSE ou o que está implícito em suas práticas sociais, já que, de certa forma, ao associar sua atuação a uma prática filantrópica, a equivalem a uma espécie de caridade organizacional.

Em estudo recente, França (2005) considera que a filantropia também pode ser entendida como prática socialmente responsável, sem necessidade de um preciosismo como o sugerido pelo ETHOS (2004). Entretanto, no presente estudo, entende-se que diante da discussão teórica e conceitual acerca do tema, há, sim, grande distinção entre ser filantrópico e ser socialmente responsável.

Em princípio, a filantropia pressupõe ausência de obrigação para com determinada situação, fato ou pessoa. A participação é voluntária e depende exclusivamente da “vontade” do agente filantropo. Se mantida a filantropia como RSE, ficaria automaticamente descartada a idéia da responsabilidade enquanto resgate de débito social ou de contrapartida oferecida pelas empresas por utilizarem a estrutura social para suas necessidades vitais (sistema educacional para suprimento de mão-de-obra capacitada, serviços de saúde, estrutura elétrica, rodoviária e ferroviária, portuária, esgotamento sanitário, etc) de funcionamento e de transações comerciais, estando a maioria destes elementos sob a tutela do Estado e encargo da sociedade de forma geral.

4.1 Histórico

O movimento organizacional de atuar em causas sociais e ambientais antecede o termo RSE ou corporativa. A organização que foi lócus do presente estudo situa suas ações de apoio comunitário como tendo tido início há vinte anos.

A década de 90 é apontada como o período de explosão das práticas sociais corporativas no mundo, motivadas para alguns (FRANÇA, 2005; AMOROSO, 2003)

por dois processos principais: a falência do *Welfare State*, desmanchando a crença de que o setor privado era gerador de empregos e o Estado, o único responsável por prover as estruturas sociais e, de outro lado, pelo fim da idéia de que produzir implicava em desenvolver. Crença que foi abalada pelo grave quadro de pobreza em todo o mundo.

Neste sentido, a diminuição dos investimentos do Estado no social, inclusive em funções sociais básicas, teria exposto a decadência do Estado de Bem-Estar Social e a lacuna criada pela ausência do Estado, teria precipitado a “incorporação de novos atores na promoção do bem comum” (FRANÇA, 2005, p.24), dentre eles as organizações da sociedade civil e as empresas privadas.

Inicialmente, as ações junto ao social eram claramente veiculadas como ações filantrópicas, marcadamente nos EUA nos anos 50, onde surgiu a “Lei de filantropia empresarial” (FRANÇA, 2005, p.24), formalizando uma participação obrigatória do setor privado junto ao social. Em 1953, Howard Bowen situa as empresas como responsáveis pelo social, embora os valores solidários e éticos já estivessem em discussão nas organizações a partir da idéia de filantropia empresarial (GARCIA *apud* FRANÇA, 2005).

Pode-se dizer que o movimento da RSE nasceu nos EUA, nos anos 50, de um lado devido à tradição filantrópica do protestantismo (GARCIA *apud* FRANÇA, 2005), cresceu e se corporificou nos anos 60 enquanto cidadania corporativa, tentando afastar-se da idéia de caridade, devido às pressões da sociedade civil e de suas organizações formais, principalmente nos países europeus e no resto do mundo.

Na década de 70, foram implementadas diretrizes de instituições formais como a OCDE²⁰ e a OIT, que se tornaram referências institucionais tanto para a “condução de atividades vinculadas à noção de RSE, como também serviu para sedimentar seus conceitos e consolidar” (IOS *apud* FRANÇA, 2005, p.26) tais práticas como algo comum nas empresas. Mas, foi somente nos anos 90 que a atuação de responsabilidade social das empresas explodiu, ganhando forte espaço na mídia e no imaginário popular e, embora alguns teóricos e organizações (ETHOS, 2004) a situem fora dos limites da filantropia, parece haver ainda certa confusão

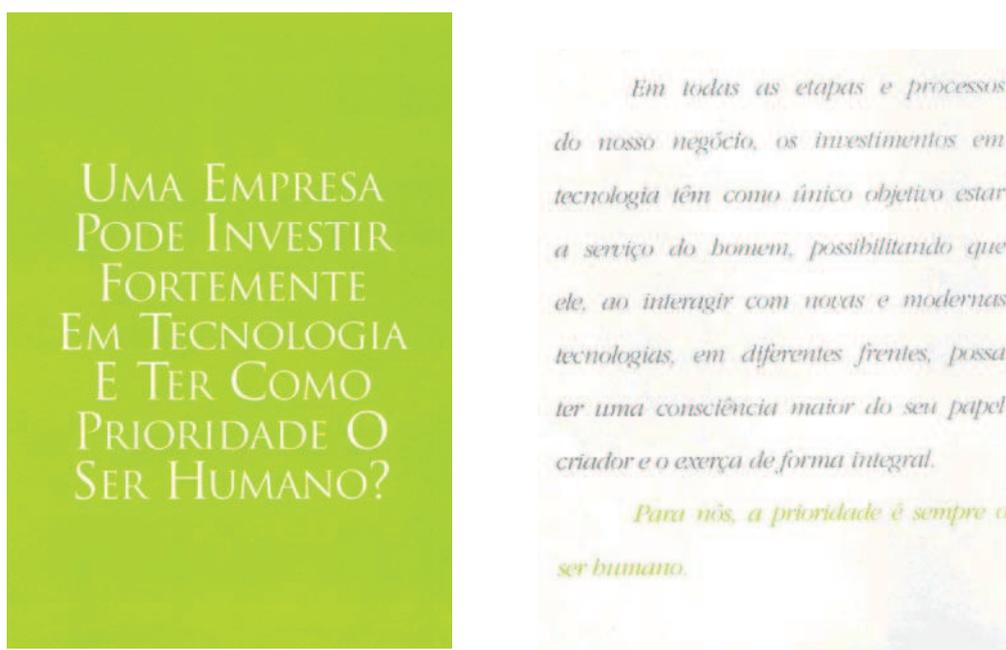
²⁰ OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico)

quanto a esta distinção e a idéia de caridade ainda circula entre empresas e outros atores sociais.

Esta explosão parece coincidir com a aceleração e a hipercompetitividade impostas às empresas pós-globalização, onde cada aspecto pode representar diferencial vantajoso para ganhar espaço no mercado. Assim, dentre os vários aspectos impulsionadores do fenômeno da chamada cidadania empresarial, pode ser situada a preocupação com a imagem corporativa como um dos mais importantes. A imagem passa a estar diretamente vinculada não só a atributos como faturamento e qualidade de produtos, mas ao apelo ao consumo que seu discurso socialmente responsável provoca no consumidor.

Neste sentido, verifica-se que a publicidade e a propaganda, com seu poder de criar frases de impacto, colaboram para ratificar o discurso e cristalizar a imagem que as corporações desejam ter. Na figura VI, a empresa em questão responde à própria pergunta, afirmando que o seu único objetivo ao investir em tecnologia é estar a serviço do homem para que ele se conscientize do seu “papel criador” e conclui o material se dizendo “Uma empresa com alma”. Parece suposto que a organização tem assim um “eu” humanizado, com alma, valores, sentimentos e poderá melhorar o ser humano (material na íntegra no apêndice VI).

Figura VI – “A serviço do homem...”



Fonte: Encarte Publicitário da Empresa, 2005

Na figura VI, há um apelo ao consumo consciente, um convite a que os consumidores atuem de forma socialmente responsável. Como está dito nesta dissertação, este movimento das corporações por atrelar consumo à consciência de cidadania e atuação para o social e para o meio ambiente tem provável influência do movimento chamado comércio justo (FRANÇA FILHO, 2002), bastante difundido a partir dos anos 70 nos países europeus. Hoje, algumas organizações atuam como um elo de ligação entre o setor privado e o público consumidor, gerenciando projetos e realizando um trabalho de “conscientização” da população para esta nova proposta empresarial.

No anúncio da figura VII, o consumidor é, inclusive, convidado a se auto-avaliar quanto ao seu nível de consciência.

Figura VII – Consumo Consciente



Fonte: Revista *Veja*, 2005.

Assim, tendo o marketing social grande participação na ampliação do fenômeno da RSE nos anos 90, passa a haver um sentido instrumental para sua

existência. No Brasil, a discussão e implementação de ações sociais das empresas foram motivadas, na década de 60, por organismos ligados a grupos religiosos, principalmente a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), a partir de debates promovidos por essa instituição quanto aos balanços sociais das empresas (ASHLEY e outros *apud* FRANÇA, 2005).

Nos anos 80, as organizações e movimentos da sociedade civil tiveram mais uma vez forte participação para o impulso da RSE. Ao fim deste período, o surgimento de um grupo organizado chamado Pensamento Nacional das Bases Liberais (PNBE) propôs um modelo de gestão empresarial onde as idéias de valores e ética corporativa, característicos do discurso da RSE, estão fortemente marcadas (GARCIA *apud* FRANÇA, 2005).

Nos anos 90, quando da entrada mais enfática do Brasil no sistema econômico globalizado, a responsabilidade corporativa nacional também se intensificou (AMOROSO, 2003); alguns fatos e organismos marcaram o cenário histórico do fenômeno, a saber:

- Criação do GIFE²¹ e do Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social;
- Lançamento do prêmio ECO de Cidadania Empresarial;
- Criação do Selo do Balanço Social pelo sociólogo brasileiro Herbert de Souza (Betinho).

Em 2005, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) lançou no Brasil a norma ABNT NBR 16001, cuja proposta de certificação diz respeito aos requisitos relativos a um sistema de gestão da Responsabilidade Social Empresarial. A norma objetiva “prover às organizações os elementos de um sistema da gestão da Responsabilidade Social eficaz (...) de forma a auxiliá-las a alcançar seus objetivos relacionados com aspectos ambientais, econômicos e sociais” (APÊNDICE VII).

Importante salientar que algumas corporações utilizam o termo ‘gestão social’ como correlato de gestão estratégica que prevê ações voltadas ao social. Entretanto, segundo França Filho (2003), o termo tem sido utilizado de forma banalizada, gerando equívocos quanto à sua conceituação.

²¹ GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas.

Para este autor, muitas práticas têm sido nomeadas como gestão social, inclusive no setor privado, para delimitar o campo da cidadania corporativa. Entretanto, em seu trabalho de desconstrução do termo, França Filho (2003) afirma que não se pode entender gestão social apenas por sua finalidade. Além disso, questiona a redundância da expressão, já que não seria possível pensar em gestão que não comporte o social.

Em sua revisão do conceito, propõe entender gestão social como relacionada à gestão de demandas e necessidades sociais (FRANÇA FILHO, 2003, p.3), que, para além do Estado - ao qual sempre coube a atenção e a gestão destas, mas não exclusivamente -, pode ser realizada pela própria sociedade, através de fenômenos de auto-organização, como o fenômeno associativo, mas também como “modo de orientação para uma ação organizacional” (p.3). Ou seja, além de “gestão das demandas e necessidade do social”, gestão social pode ser pensada também como uma outra forma de gestão organizacional onde as lógicas políticas, culturais, sociais e ecológicas têm vocação para subordinar uma lógica instrumental, uma vez que o objetivo principal não é o econômico.

Segundo então tal entendimento, torna-se difícil considerar a responsabilidade social enquanto uma forma de gestão social, uma vez que o propósito econômico da empresa continua sendo muito determinante.

De acordo com a compreensão acima, a gestão social diz respeito, sobretudo, às práticas de organizações que atuam na interface entre o privado e o público e compõem o espaço próprio da sociedade civil. Assim, segundo este autor, a “gestão social supõe, antes de tudo, a uma ação política das organizações no sentido de atuarem ou agirem num espaço público” (FRANÇA FILHO, 2003, p.3), estatal ou societário. Estende-se com isso que a utilização do termo pelo setor privado deve ser vista com cautela e reserva, já que, até o momento, a conotação instrumental das ações de Responsabilidade Social Corporativa é extremamente marcante.

4.2 Definindo a Responsabilidade Social Empresarial

4.2.1 Conceitos

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial ou Corporativa é ainda um conceito em construção. Em materiais de divulgação das empresas (ver figuras

ao longo do texto e apêndices VI e VII), assim como na mídia falada e escrita, é possível ver uma profusão de definições quanto ao que se entende e pratica como sendo Responsabilidade Corporativa. Esta coexistência aparentemente harmônica parece, no entanto, desvelar um cenário que nem mesmo as empresas que se denominam “cidadãs” conseguem desembaraçar.

Um estudo realizado no Estado da Bahia, recentemente, propõe que o conceito de RSC tenha como premissa comportar apenas as ações de Responsabilidade Social que ultrapassam as exigências legais, criticando as concepções que consideram como sendo responsabilidade social corporativa as práticas estritamente empresarias que cumprem as obrigações exigidas pela legislação (FRANÇA, 2005).

Em seu modelo de análise quanto à conceituação na literatura sobre RSE, França (2005) traz a discussão de teóricos como Toldo, que consideram filantropia também como responsabilidade social. Entretanto, no presente estudo, esta conceituação é entendida parcialmente como exposto por Toldo (*apud* FRANÇA, 2005), no ponto em que diferencia os dois fenômenos, pelo aspecto motivacional de ordem moral, já que o foco na filantropia seria na *ajuda* ao social, desvinculada das demandas sociais.

Entretanto, esta análise de Toldo traz embutida a premissa da ausência de débito ambiental e social (para com a comunidade e trabalhadores) por parte das empresas, haja vista que o ato de **ajudar** implica a não responsabilização do filantropo no infortúnio do ajudado.

Ainda nesta perspectiva, as organizações não teriam participação na construção do cenário de empobrecimento das nações em desenvolvimento e do Terceiro Mundo, decorrentes da elevadíssima concentração de renda das nações do Primeiro Mundo.

Voltando ao estudo de França (2005), encontra-se um significativo levantamento das concepções existentes quanto ao que entende e pratica como sendo Responsabilidade Social Empresarial. Segundo ele, há duas vertentes principais quanto à RSC, sendo uma Instrumental e outra que chamou de Moral. Ele apresenta o quadro de modelos de RSE adotado em seu estudo, que foram desenvolvidos por Cheibub e Locke, conforme pode ser visto na tabela a seguir.

Tabela II – Tipologia da Responsabilidade Social Empresarial por Cheibub e Locke

Beneficiários \ Motivação	Instrumental	Moral
Acionistas / Donos	Produtivismo	Filantropia
<i>Stakeholders</i>	Progressista	Idealismo ético

Fonte: CHEIBUB E LOCKE *apud* FRANÇA, 2005.

Na primeira coluna, estes autores situam as ações de RSE de acordo com os beneficiários das ações. E, na primeira linha, os tipos de acordo com os aspectos motivacionais. Assim, a segunda coluna apresenta as concepções de responsabilidade social de acordo com um cruzamento entre fatores motivacionais e os beneficiários, sendo encontrados os tipos descritos na tabela abaixo (CHEIBUB e LOCKE *apud* FRANÇA, 2005), a qual é uma tentativa de descrever resumidamente o significado de cada cruzamento, tendo sido criada a partir da exposição de França (2005) quanto aos quatro modelos.

Tabela III – Descrição da Tipologia de RSE proposta por Cheibub e Locke

Modelos Instrumentais	Modelos Morais
<p>Produtivismo - Vê como beneficiários apenas donos e acionistas. Na literatura não é entendido como RSE legítima, mas com objetivos de ganhos para a empresa.</p>	<p>Filantropia - Ações de ordem moral / valorativa. Empresa como ator social. Atuação social é possível, mas ação é opção individual.</p>

<p>Progressista - RSC como instrumento gerencial de ganho de competitividade, focado em interesses da empresa, mas envolve toda a cadeia produtiva como beneficiários.</p>	<p>Idealismo ético - Empresa como ator social e que deve assumir responsabilidades sociais, inclui todos os <i>stakeholders</i> como beneficiários das ações de RSC.</p>
---	---

Fonte do Conteúdo: CHEIBUB E LOCKE *apud* FRANÇA, 2005.

Para França (2005), estes são os quatro modelos básicos do que é praticado como RSC e quais são as noções inerentes a tais práticas. Em seu estudo, a idéia de que as práticas sociais corporativas se dividem em duas dimensões principais (a moral e a instrumental), encontra suporte também nos trabalhos de Ashley e outros, cuja produção foi, por sua vez, influenciada por Carrol, Donaldson e Dundee, Frederick e Wood (FRANÇA, 2005).

Entretanto, estes autores sustentam que a concepção ética da RSE deve estar apoiada em “princípios religiosos ou normas sociais, sugerindo que as empresas devem se comportar de maneira nacionalmente responsável, independente do benefício” (ASHLEY e outros *apud* FRANÇA, 2005, p. 31) que possa advir disto.

Por sua vez, a linha instrumental sustenta que as ações de RSE devem estar associadas à melhoria do aspecto econômico para a empresa ou ampliar sua competitividade.

Ainda segundo França (2005), há a proposta de Keith Davis, que mistura as dimensões moral e instrumental de Cheibub e Locke, incorporando em seu discurso a idéia de RSE como resgate do débito social quanto ao impacto causado pela empresa à sociedade e ao ambiente por suas atividades, mas cujos custos devem ser repassados aos produtos.

Esta proposta de Davis soa como uma verdadeira recusa por agir socialmente, haja vista a idéia explicitada de que a empresa não deve arcar com o custo das ações sociais que realiza e, que caso fosse, poderiam ser pensadas como sendo uma divisão (distribuição) dos lucros da empresa para com a sociedade.

Segundo Cappelin *apud* França (2005), há diferentes posturas das empresas quanto ao interesse pela Responsabilidade Social, podendo ser resumidas nos tipos a seguir: Total desinteresse; Consideração de que a responsabilidade social é

pertinente e disposição de “alocar recursos (financeiros e técnicos) nesta área”; Além de alocar recursos, empenham-se por ampliar a gama de atores envolvidos.

Assim, França apresenta uma tipologia quanto às percepções e ações das corporações no âmbito do social, classificadas em sete níveis diferentes, e que no presente trabalho foram sistematizadas na tabela V.

Tabela IV – Modelos de RSE quanto às Percepções e Ações das Empresas por Cappellin

Modelo de RSE	Lógica	Foco
Desenvolver Cooperação - A “percepção dos problemas sociais e de sua pertinência às atividades (incentivando) as empresas a criarem ações cooperativas com organismos estatais ou privados” objetiva resolver problemas sociais que as afetam.	Instrumental	Empresa
Conjugar Ética e Economia - “Reconhecimento da função social da empresa”, incentivando-a a ter princípios éticos e morais. Reconhece a RSE como vantajosa para a empresa.	Instrumental + Moral	Empresa + Sociedade
Prioridade Econômica – Prioriza metas econômicas. Ações sociais têm custos e podem ser evitadas ou adiadas em situações de dificuldade. “Mais próxima das concepções contrárias à RSE”	Instrumental	Empresa
Opção Pessoal – “Reconhece importância da responsabilidade social empresarial, mas não assume envolvimento direto da empresa. Participação individual de membros da organização pela filantropia.”	Instrumental	Empresa
sExternalidades Positivas – Função da empresa é de “promoção econômica”. Ações para o social é função do Estado. RSE somente se houver vantagens para a empresa.	Instrumental	Empresa
Segurança Pública – Ações somente quanto ao aspecto da segurança pública, por considerar este ponto como ameaça à empresa	Instrumental	Empresa
Métodos de Médio e Longo Alcance – “Percebe a gravidade e os impactos dos problemas sociais, também (ligados) às empresas (...) as empresas estariam envolvidas (...) mudando sua postura e cultura. (...) expectativa de transformação profunda e ampla (...) da RSE.”	Moral	Sociedade

Fonte do Conteúdo: CAPPELLIN e OUTROS *apud* FRANÇA (2005. pp.33 -35)

França refere que Ashley apresenta “a dimensão das relações político - sociais” das organizações, a partir de parâmetros com “o Estado, a sociedade e a sociedade civil” (FRANÇA, 2005, p.35).

Em sua discussão conceitual, França traz ainda as concepções inerentes a RSE do Instituto Observatório Social (IOS), as quais dizem respeito ao que esse instituto entende como sendo funções das empresas, expostas na tabela a seguir:

Tabela V – Concepções de RSE do Instituto Observatório Social

Funções Sociais da Empresa	Significado
Responsabilidade econômica	“Produzir bens e serviços”
Responsabilidade Legal	“Ressalta respeito à lei”
Responsabilidade Ética	“Comportamento ético esperado pela sociedade”
Responsabilidade Filantrópica	“Quando as empresas assumem ações sociais de forma voluntária e sem expectativa por parte da sociedade ” (grifo nosso)

Fonte do Conteúdo: IOS *apud* FRANÇA, 2005, p. 36.

A responsabilidade é vista ainda como suporte à sobrevivência da empresa ao melhorar a relação desta com os demais atores sociais, não sendo, portanto, movimento no sentido de transformação social. Assim, para o IOS, as ações de RSE são “estratégia de manutenção do mercado e sobrevivência para as empresas em longo prazo” (FRANÇA, 2005, p.36).

Considerando o que, no presente estudo, se entende por RSE, das funções descritas pelo IOS nenhuma diz respeito à Responsabilidade corporativa legítima, haja vista que compromisso ético deveria ser pressuposto como uma obrigação de todos os atores sociais, a função econômica é o principal interesse do setor privado e a função legal é entendida como cumprimento de obrigações mínimas das

empresas que visam à sua viabilidade e sobrevivência, logo não seriam RSE. Por fim, a filantropia não é considerada neste estudo como sendo prática de responsabilidade social corporativa.

França salienta, portanto, que a visão liberal se opõe às práticas de RSE pelo setor privado, do mesmo modo que alas mais conservadoras de países ricos, como Inglaterra e EUA, se opuseram ao *Welfare State* (KING, 1988). Assim, o IOS utiliza um referencial totalmente voltado aos interesses econômicos e dentro de uma lógica de mercado.

4.2.2 Conceito que norteou esta Pesquisa

Embora neste estudo o trabalho de campo deva ser norteado por um posicionamento livre de pressupostos e categorias de análise prévias, considera-se que o conceito proposto pelo Instituto ETHOS é o que mais se aproxima de uma concepção de RSE pautada em princípios éticos, onde a atuação social fundamenta-se na idéia de resgate social por parte das organizações privadas, diante do impacto que seu modelo de produção capitalista provocou na sociedade e no meio ambiente, bem como diante da crença de que este mesmo modelo, com seus valores utilitários, individualistas, de competitividade e destruição de noções de cooperação, solidariedade e ética para o coletivo das relações sociais tem provocado a desumanização do homem em sua essência humana.

Assim, diante da discussão conceitual encontrada na literatura (TOLDO, IOS, CHEIBUB e outros, CAPPELLIN *apud* FRANÇA, 2005), considera-se que a proposta conceitual do Instituto ETHOS, organização que se propõe a trabalhar pela responsabilidade social empresarial colaborando com as empresas do setor privado na gestão responsável dos seus negócios (ETHOS, 2004), é, até o momento, a mais adequada aos pressupostos de valores solidários que a cidadania corporativa deve comportar em seu entorno:

“[...] Responsabilidade social empresarial é uma forma de conduzir os negócios que tornam a empresa parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às

demandas de todos, não apenas dos acionistas ou proprietários [...]” (Ethos, 2004).

4.3 Os sentidos e a viabilidade da Responsabilidade Social Empresarial

Há um debate entre correntes teóricas divergentes quanto à possibilidade de que as organizações e a sociedade, que gestaram o capitalismo e se mantêm gravitando em torno do capital e da maximização do lucro, resgatem não os princípios da economia pré-capitalista, já que isto não seria possível, mas reafirmem os valores essenciais da vida humana (MACLVER, 1980) e reafirmem o sentido social e verdadeiro do fazer econômico: responder às necessidades e gerar bem-estar ao homem coletivamente (MATTAR, 2001), de modo diferente do modelo atual onde utilitarismo, individualismo e o objetivo único de acumulação de riqueza cristalizam a má distribuição de renda entre os continentes, matando de forma miserável grande parte dos excluídos. Neste caso, quase metade da humanidade (MATTAR, 2001; CREDÍDIO, 2003).

Assim, antes mesmo de discutir de forma mais aprofundada as práticas de RSE encontradas nas organizações, alguns teóricos (SOARES, 2004; MATTAR, 2001; CREDÍDIO, 2003; SCHROEDER, 2004) discutem a própria viabilidade de que tais ações sejam coerentes com o sistema econômico baseado no mercado, bem como as organizações mercantis, enquanto principais representantes desta racionalidade econômica, harmonizem objetivos de maximização de lucro e competitividade com cooperação social.

Ou seja, é foco desta discussão a possibilidade de que as organizações e as sociedades industriais que se mantêm gravitando em torno do capital e do lucro, consigam conciliar verdadeiramente os valores instrumentais que as caracterizam, com ideais e valores de solidariedade e cooperação, ou, ainda em outras palavras, que possam harmonizar princípios éticos com interesses financeiros.

Segundo Soares (2004, p. 4), “a própria estrutura do sistema do capital” gera as atuais desigualdades sociais e a degradação da natureza. Do mesmo modo que é responsável por alterações nos princípios morais e éticos que norteiam as relações sociais, sendo necessária a busca por garantir um adequado e interdependente funcionamento dos sistemas econômico, social, político e ambiental, para o que se coloca como imprescindível um processo de auto-regulação global (MATTAR, 2001,

MACLVER, 1980) que possa regular o domínio do econômico sobre o político e o social, e reduza as desigualdades entre os continentes e venha frear a degradação ambiental.

A observação da distribuição do lucro de organizações mercantis parece ratificar este pensamento de Soares. A leitura do relatório anual de uma grande organização (CST, 2004) traz algumas informações sobre a relação que se estabelece entre distribuição de recursos e atuação social, bem como quanto ao discurso desta empresa sobre o que insere no escopo da RSE.

Na consecução de sua visão estratégica, a siderúrgica diz ter como um dos fundamentos da sua gestão a busca permanente de uma ampla integração com a sociedade:

[...] Por entender que a razão de ser de qualquer empresa privada deve ser, antes de tudo, a geração de riqueza que contribua para ampliar a qualidade de vida desta e das futuras gerações, a companhia tem como compromisso indissociável do seu crescimento considerar sempre os interesses da sociedade, de quem tem recebido o reconhecimento e a confiança indispensáveis à sua evolução [...] (CST, 2004, p.28).

Mas seria interessante aqui uma observação quanto à forma como as questões entre lucro e atuação social estão engendradas na dinâmica concreta da organização, a partir de uma breve análise quanto aos aspectos financeiros na relação com a sociedade.

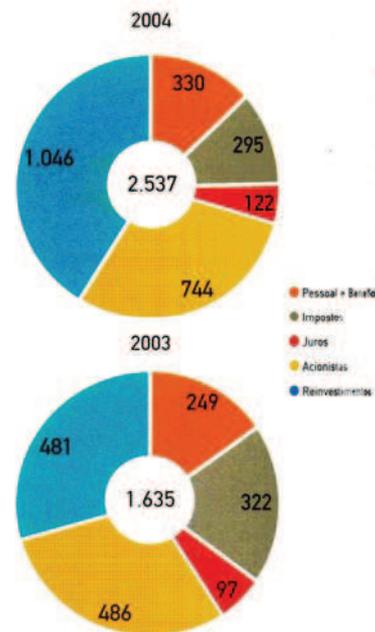
Em sua descrição do que considera perspectiva da sociedade, o relatório mostra “aumento da riqueza gerada em 2004 (Valor Adicionado Total a Distribuir 55% superior a 2003), (o que) proporcionou **lucro líquido**²² (...) 78% maior que o do ano anterior” (CST, 2004, p. 35).

No entanto, o gráfico a seguir demonstra que, de 2003 para 2004, a empresa aumentou mais de nove por cento (9,46%) seus gastos com pessoal²³, benefícios e impostos, enquanto que a distribuição de recursos com acionistas e reinvestimentos aumentou em oitenta e cinco por cento (85%), sendo que apenas para os acionistas o aumento de distribuição da riqueza foi de cinquenta e três por cento (53%).

²² Lucro Líquido em valores absolutos: R\$ 1.803.468.000,00 no ano de 2004.

²³ Houve aumento de mais de seis por cento (6,6%) no número de funcionários efetivos.

Figura VIII – Gráfico



Fonte: RELATÓRIO ANUAL CST, 2004

Isto leva à reflexão, mais uma vez, acerca da maximização do lucro e da má distribuição da riqueza alcançadas pelas grandes corporações, como geradoras também do cenário de concentração de renda verificado no Brasil (FRANÇA, 2005) e no mundo, bem como obriga a que seja questionado de que forma a empresa entende que poderá viabilizar “uma relação de equilíbrio entre as dimensões econômicas, social e ambiental” (CST, 2004, p.28) que explicita em seu relatório e que é interessante conhecer:

[...] Dessa forma, todo o planejamento estratégico da CST – focado na busca de resultados econômico-financeiros positivos, **visando ao aumento crescente de retorno aos acionistas** – incorpora a **decisão empresarial de construção de uma relação de equilíbrio entre as dimensões econômica, social e ambiental** (negrito nosso) na condução dos negócios, em linha com os princípios do desenvolvimento sustentável (...) Com esse compromisso, a CST tem buscado na eco-eficiência a razão e os meios para ser exemplo do ponto de vista ambiental, ao mesmo tempo que está comprometida com a valorização dos seus empregados e com o desenvolvimento da comunidade, com políticas e ações que traduzem a sua visão de responsabilidade social corporativa [...] (CST, 2004, p.28) .

De sua parte, a siderúrgica aponta o pagamento de impostos como distribuição do lucro para o Estado e, de certa forma, não como um pagamento pelo

uso de benefícios e serviços gerados pelo Estado e sociedade em forma de impostos.

[...] Os bons resultados da CST também têm beneficiado o Estado e municípios. A arrecadação dos impostos municipais tem crescido – especialmente do ISS – e com maior benefício para a Prefeitura Municipal da Serra, cidade onde fica a sede da companhia. Por exemplo, de 1996 a 2001, a CST recolheu aos cofres dessa prefeitura cerca de R\$ 17 milhões, enquanto a de Vitória ficou com cerca de R\$ 10 milhões e o governo estadual com, aproximadamente, R\$ 39 milhões [...] (ABM, 2004, p. 51).

Apesar de seu discurso apresentar contradição quanto à distribuição da riqueza gerada, a relação da CST com a questão lucro x benefício social ainda não retrata a realidade da maioria das empresas brasileiras, haja vista o montante absoluto de recursos destinados a projetos sociais e as condições diferenciadas de trabalho em que seus funcionários estão inseridos.

Assim, os trabalhadores efetivos recebem inúmeros benefícios não exigidos por lei, como participação nos lucros, auxílios creche e educação, assistência médica, etc, o que posiciona esta siderúrgica acima da média nacional em termos de respeito e tratamento para com os trabalhadores efetivos.

Apesar disso, não se pode deixar de referir que há ainda um longo percurso a percorrer no Brasil no que tange às relações entre empregado e empregador, e mesmo a CST teria oportunidade de rever seu posicionamento trabalhista. No ano de 2003, em sua planta de produção, trabalharam 3696 efetivos e 5.161 terceirizados, o que significa mais de um (1,39) trabalhador terceirizado e em condições de trabalho menos favoráveis, para cada efetivo.

Entretanto, a leitura do seu relatório anual apresenta ações que podem ser consideradas como práticas efetivas de Responsabilidade Social para o desenvolvimento de comunidades locais, a partir do investimento financeiro da empresa para capacitação²⁴ e contratação de mão-de-obra das localidades circunvizinhas, financiamento de projetos de ONG's, cuidados para a melhoria da qualidade de vida dos funcionários e seus familiares, além de projetos específicos de Responsabilidade Social que somaram, em 2004, um montante de investimentos da ordem de dez milhões de reais.

A partir deste exemplo, ainda que pudessem ser trazidos inúmeros outros, entende-se que as considerações feitas por Soares (2004) têm pertinência e não

²⁴ Empresa informa que tais ações foram viabilizadas a partir de parcerias com Estado e SENAI.

devem ser descartadas. Ela é categórica em afirmar que lucro e atuação social são realidades opostas e de difícil “casamento”.

Salmon (2005) também questiona essa nova ética nos negócios, identificando-a como uma recomposição do cenário organizacional, cuja ética entre os assalariados foi “fragilizada pelas orientações gerenciais dos anos 80 (competitividade, concorrência, individualização) e pela dissociação, cada vez mais visível, entre o econômico e o social” (Salmon, 2005 p.1).

Assim, aponta que as cartas e os códigos de ética são destinados ao reenquadramento comportamental e moral dos trabalhadores, cujo comportamento com valores semelhantes aos do mercado se tornou ameaça à vida da organização. Assim, sua reprogramação visa tê-los mais comprometidos, mais identificados com as metas de crescimento e competitividade da empresa.

Quanto aos acionistas e dirigentes dos primeiros escalões, estes se colocam muito acima da ética proposta pela empresa e, mais ainda, acima da ética que vigora para a sociedade, que é destinada ao bem da coletividade.

Este procedimento, de lançar mão de uma retórica ética para alcançar mais uma vez objetivos mercantis, é chamado de processo de “instrumentalização da ética” (Salmon, 2005, p.2). Esta autora questiona se este levante empresarial pela ética seria devido a uma “reapropriação dos valores perdidos ou o processo (...) de desintegração dos valores (podendo) a empresa (ser) o instrumento de um processo de subordinação do ético ao econômico” (Salmon, 2005, p. 2).

Neste sentido, esse aflorar da ética nos negócios poderia ser nada mais que a lógica capitalista subvertendo mais uma vez os valores sociais como uma forma de re-organizar o cenário econômico, escapando novamente das exigências societárias e políticas que como ondas teimosas insistem em submetê-lo.

Assim, o despertar desta humanização corporativa, dessa consciência ética dos atores econômicos quanto ao seu débito, papel e responsabilidade para com os problemas da sociedade seria aparente, haja vista a observação de que o desenvolvimento do econômico ocorre em detrimento, ou até contra a sociedade.

A Responsabilidade Social Corporativa seria, com isso, de certa forma, uma cautela da esfera econômica²⁵ diante dos problemas das sociedades

²⁵ O presidente da comissão de RSE da FIEB afirma que algumas empresas têm como motivação para o exercício da cidadania, tanto a vontade de promover justiça social, quanto aspectos objetivos como maior motivação e produtividade das equipes nas empresas que têm ações neste

contemporâneas como violência urbana, exacerbação da criminalidade, agravamento do quadro de pobreza, baixo nível de escolarização, intensificação dos problemas relacionados ao abuso e consumo de drogas e outros, os quais podem trazer impactos ao desempenho e ao funcionamento das empresas. No entanto, este fato de se envolver com questões sociais somente ocorre após a pressão causada pelo movimento das organizações civis:

[...] O capitalismo, ao mesmo tempo em que leva a sério a advertência dos humanistas contra a destruição progressiva do tecido social e cultural no qual a atividade econômica, entretanto, se apóia, vai procurar reforçar sua hegemonia pretendendo ser ele próprio a fonte possível de um novo sistema de valores conduzido pela “instituição” que se teria tornado a empresa [...] (SALMON, 2005, p. 8).

Entretanto, a difusão do discurso e de um movimento supostamente ético poderia escapar ao controle organizacional, tanto dentro quanto fora da empresa, e abrir chances a que a sociedade no futuro possa impor certa regulação a este ator e à esfera econômica.

Neste sentido, considerando a idéia mais extrema de que não haveria ética no âmbito do capitalismo (PINEDO, 2003), devido aos seus imperativos de violenta competitividade, não caberia a idéia de Mattar (2001) quanto à possibilidade de as organizações resgatarem os valores éticos e morais da sociedade, muito menos de que pudessem se responsabilizar por um débito social e ambiental, até o momento acumulado e entregue ao Estado e à sociedade civil para correção e reparação. Pinedo (2003) vai além e afirma não ter encontrado nenhuma corporação que pudesse ser definida por ele como ética.

Segundo Faria, há débito concreto do mercado financeiro e das organizações do setor privado para com o homem e o meio ambiente, por sua relevante participação na composição do cenário de destruição do meio ambiente e da própria humanidade do homem (FARIA *apud* SOARES, 2004), bem como pela conseqüente transformação deste em estranho, em “robô” (GAZETA MERCANTIL, 1995) programado para ganhar e acumular riqueza.

No entanto, o setor privado não se posiciona como tendo um débito para com a sociedade, ou mesmo para com uma parcela desta – os trabalhadores. No

campo, melhoria da imagem junto aos *stakeholders* e a ameaça trazida pela criminalidade. (ALBAN, 2005, p. 8).

máximo, assumem ter participado (e ainda participar) da degradação ambiental. De fato, este não parece ser um ponto de discussão. De forma muito pragmática, diante das pressões advindas dos diversos atores sociais, as organizações estão praticando mudanças. Mudanças no discurso e mudanças em algumas práticas perante a sociedade.

Entretanto, ao realizarem tais mudanças, incorporam a ética como se nascida do setor privado. Assim, têm claramente incorporado em seu discurso um papel de único provedor de bem-estar e ética para as comunidades que as cercam, ainda que pontuando a necessidade de que o Estado e a comunidade sejam parceiros nas ações corretivas ou curativas:

[...] **“Quando a Usiminas chegou ao Vale do Aço, na década de 50, Ipatinga era uma pequena vila com 200 habitantes, marcada pela pobreza e sem qualquer perspectiva de futuro”**, conta o presidente da empresa, Rinaldo Campos Soares. Hoje, (...) **“Estamos conscientes de que, paralelamente à construção da usina, usina de aço, estamos construindo uma cidade, cidade de homens, e que **esses homens e essa cidade constituem, em última análise, o nosso principal objetivo.**”** (...) compromisso que sempre pautou a relação da empresa com a comunidade. **“Com essa filosofia, formatamos e desenvolvemos o conceito de empresa válida – aquela que gera bons resultados para acionistas, sem jamais, porém, esquecer seu compromisso com o desenvolvimento social”** [...] (ABM, 2004, p. 70).

No entanto, mais uma vez ressalta-se que podem ser verificados ganhos concretos (muitas vezes não mensuráveis) para as comunidades, principalmente nos países em desenvolvimento ou nos periféricos, onde o Estado está longe da idéia de um Estado de Bem-Estar Social.

Entretanto, interessante notar que, ao difundir a idéia de empresa mais humanizada de onde emana a ética para a sociedade, a partir de uma lógica econômica, o setor privado vai aos poucos subvertendo os valores e ganhando espaços (ou se apropriando deles). Ganhando legitimidade enquanto lugar suposto de nascente da ética, de mantenedor dos valores sociais solidários e guardião do bem comum.

A imagem e os textos de anúncios publicitários (Figuras II e IX) de um dos maiores bancos do País ilustram esta apropriação realizada através do discurso, onde uma organização que vive da reprodução do capital diz que “dinheiro não é tudo” e que é movida por valores que interessam a todos.

Entretanto, imprescindível atentar para o conteúdo menos imediato do anúncio, onde o capital se faz representar por uma moeda e ganha personalidade e “desejo”, demonstrando força com a frase: “Um dia eu descobri que posso fazer muito mais do que eu fazia”. Em um olhar inicial, parece que o poder é das pessoas que estão representadas no anúncio pelo casal. Mas, ao olhar e ouvidos atentos não fica descartada a hipótese de que o capital (moeda) e o banco é que falam para as pessoas e a conclusão da frase pode soar como esperança ou ameaça de acordo com a interpretação que se atribua: “eu descobri que é possível influir no sorriso das pessoas...no planeta...nos sonhos...nas relações”.

Ou seja, ele (o capital) parece avisar que seu poder é ilimitado, onipotente, onipresente e soberano. Neste anúncio, aos seres humanos parece restar o submetimento. Mas, um submetimento feliz!!!

Figura IX – Personalização do Capital



Fonte: Revista *Veja*, abril 2005

E, é a partir disso, talvez, que os atores sociais passem a identificar, nos interesses do mercado, os interesses da sociedade. Assim, ao discutir e defender a inclusão de portadores de deficiência no mercado de trabalho, Pastore (2000) identifica os interesses do mercado como se estes fossem os interesses dos excluídos:

[...] Nos países onde se pratica o sistema de cotas, descobriu-se que, do lado dos empregadores, mais importante do que garantir emprego por lei é ser capaz de reconhecer o potencial dos portadores de deficiência de forma humana e produtiva. Em quase todos esses países, está ocorrendo uma guinada em direção a um tratamento dos portadores de deficiência de forma mais consentânea com as regras da economia de mercado, e um afastamento gradual das velhas políticas protecionistas [...] (PASTORE, 2000, 138).

“Como a proposta do capitalismo é a de que cada agente econômico lute por seu interesse, como é pressuposto ao individualismo e à competição” (PINHO, 2001), as mudanças nas cotas e a ausência do estado como interventor na questão, pressupõe total domínio da economia de mercado sobre as decisões que dirigem o percurso da sociedade.

È, neste caso, necessário perguntar: Quais são estas regras econômicas? Máxima produtividade? Competitividade? Utilitarismo? Se for assim, quais as legítimas chances de um grupo de indivíduos com deficiência diante de uma massa de outros que buscam a perfeição para se tornarem mais atraentes e competitivos no mercado de trabalho? Esta indagação colocada aqui para reflexão não significa, no entanto, a idéia de que se pretende defender políticas de cotas, cumpre a função de levantar a reflexão acerca da inversão que a economia de mercado consegue impor aos indivíduos na forma com que estes visualizam os próprios interesses.

Ainda em seu texto, Pastore identifica a solução do mercado para a questão a partir da RSE, mas a serviço de quem tal Responsabilidade Social está? Assim, com relação à empregabilidade das pessoas com deficiência e sua retenção no mercado de trabalho (mesmo para aquelas que adquiriram tais deficiências no trabalho), Pastore (2000) traz uma idéia de como os atores da esfera econômica têm defendido seus interesses:

[...] a ênfase está sendo colocada, cada vez mais, na retenção e no retorno dos portadores de deficiência ao ambiente de trabalho.(...) uma combinação de princípios de responsabilidade social e de cálculo econômico (...) estimulado por forças econômicas (...) o Estado passa a ter uma responsabilidade decrescente nesses campos (...) as empresas passaram a

ser responsáveis pelo pagamento dos salários dos que se acidentam (ou adoecem) no trabalho (Thornton e outros, 1998). Quando não pagam os salários diretamente, estes são pagos de forma indireta, pois, nesses casos, as seguradoras passam a cobrar prêmios caríssimos das empresas seguradas [...] (PASTORE, 2000, pp. 138-139).

Entretanto, é necessário refletir quais as reais possibilidades de os indivíduos confrontarem a força das corporações. Mais que isso, se este jogo econômico é o mais ético que as organizações podem oferecer, entendendo que manter no emprego pessoas que a produção prejudicou (ou mutilou) diretamente, como indicativo de postura mais humanitária e valores organizacionais mais solidários, a afirmação de Salmon (2005) é mais que pertinente quando ela diz ser vazio de sentido o que a organização oferece como ética.

Seguindo o pensamento de autores como Soares (2004) e Salmjnhon (2005), a Responsabilidade Social Corporativa se apresenta como paradoxo impossível de acontecer de forma legítima; neste sentido, sua divulgação seria puro *marketing* e mais uma das modas lançadas pelo gerencialismo.

No entanto, entre estes dois grupos há o consenso de que se faz imprescindível um processo de auto-regulação global (MATTAR, 2001; MACLVER, 1980) que possa frear o domínio do econômico sobre o político e o social e, se não puder acabar, ao menos reduza o abismo de desigualdades que se instalou entre os agrupamentos humanos de acordo com a localização geográfica em que se encontrem, e estanque a destruição ambiental em andamento.

Segundo Mattar (2001), este domínio econômico sobre as demais esferas também não tem permitido que seja resgatada a dívida ética que os mercados e a fragmentação do trabalho trouxeram com a Revolução Industrial, já que, embora tenha havido ganhos para a produtividade, não houve apropriação de riqueza gerada para benefício da maioria dos homens.

Apesar disso, Mattar (2001), França (2005) e Fernandes (2000), que vêem a RSC como uma “evolução” que poderá levar o homem e as organizações a uma relação mais equilibrada entre os aspectos econômico, social e político, insistem na viabilidade da idéia de as empresas terem efetiva possibilidade de minimizar, ou contribuir para reverter, o alarmante quadro do ponto de vista econômico e social e, ao fazer isso, identificam o débito social como responsabilidade também das organizações.

A afirmação de que a desumanização da sociedade pelo sistema econômico, que lançou o homem em um precipício, é responsabilidade também das empresas, já havia sido enfaticamente apontada por Marx (ano 1991, p. 154):

[...] É certo que o trabalho produz maravilhas para os ricos, mas ele produz a privação para o operário. Ele produz palácios, mas palhoças para os operários. Produz beleza, mas o definhamento do operário. Ele substitui o trabalho por máquinas, mas lança uma parte dos operários em um trabalho irracional e transforma o restante em máquinas. Ele produz o espírito, mas produz, também a imbecilidade, a cristianização, para o operário [...].

Assim, sendo inegável que o desequilíbrio na distribuição de renda reflete e se reflete nas sociedades produzidas, e que as organizações repetem os valores e posturas das sociedades em que se encontram, seria pertinente pensar a responsabilidade social das empresas como um resgate, uma resposta aos problemas sociais que ajudaram a produzir e dos quais fazem parte.

Esta proposição defendida por Mattar (2001) e por outros teóricos, encontra oposição em dois extremos. Por um lado, há quem veja um grande equívoco na dissociação teórica entre lucro e atuação social das organizações (DRUCKER *apud* HAYDEL, 1989) e, por outro, há quem considere lucro e atuação social realidades opostas e de difícil “casamento” (SOARES, 2004), podendo a responsabilidade corporativa ser mais uma espécie de armadilha que o capitalismo empreende para se manter hegemônico.

No entanto, estas não são as únicas divergências. Discute-se ainda a viabilidade de que as empresas produzam impactos significativos com sua atuação social e que gerem mudanças positivas para o mundo, mesmo que tenham suas ações pautadas em valores solidários e em uma ética no sentido do bem coletivo, já que, supostamente, as empresas, ainda que detenham muito poder, teriam pouca chance de ação social eficaz. Haydel (1989), por sua vez, questiona a possibilidade de que se possam mensurar estes impactos. Por fim, há os que consideram que empresas não têm que ocupar papel social, o qual seria tarefa exclusiva do Estado.

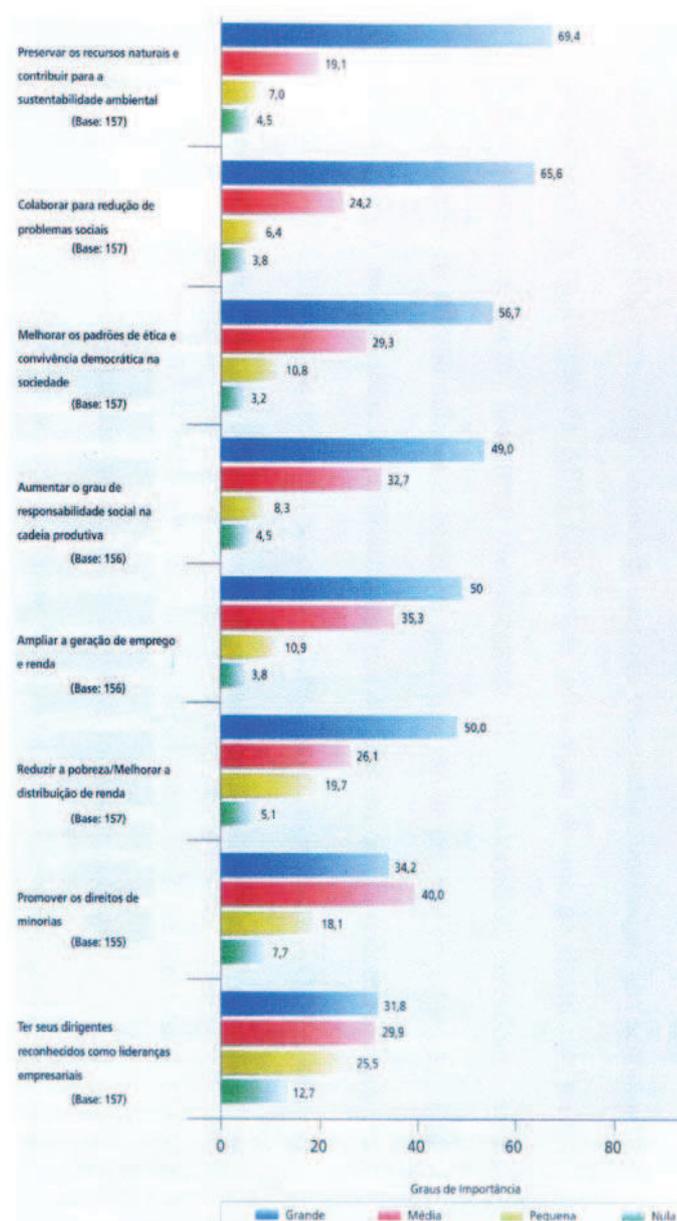
De certa forma alheia a estas divergências acadêmicas, a sociedade segue pressionando, de forma cada vez mais concreta, por uma atuação social corporativa e algumas empresas já declaram isso (ETHOS, 2002; HAYDEL, 1989), o que foi ratificado em pesquisa recente realizada pelo Sistema FIEB (2005), que mostrou as principais categorias de objetivos das empresas ao adotar práticas da

Responsabilidade Social: “o fortalecimento dos negócios e aqueles associados aos interesses sociais (ou que prevêm ações em prol do bem comum)” (FIEB, 2005, p. 13).

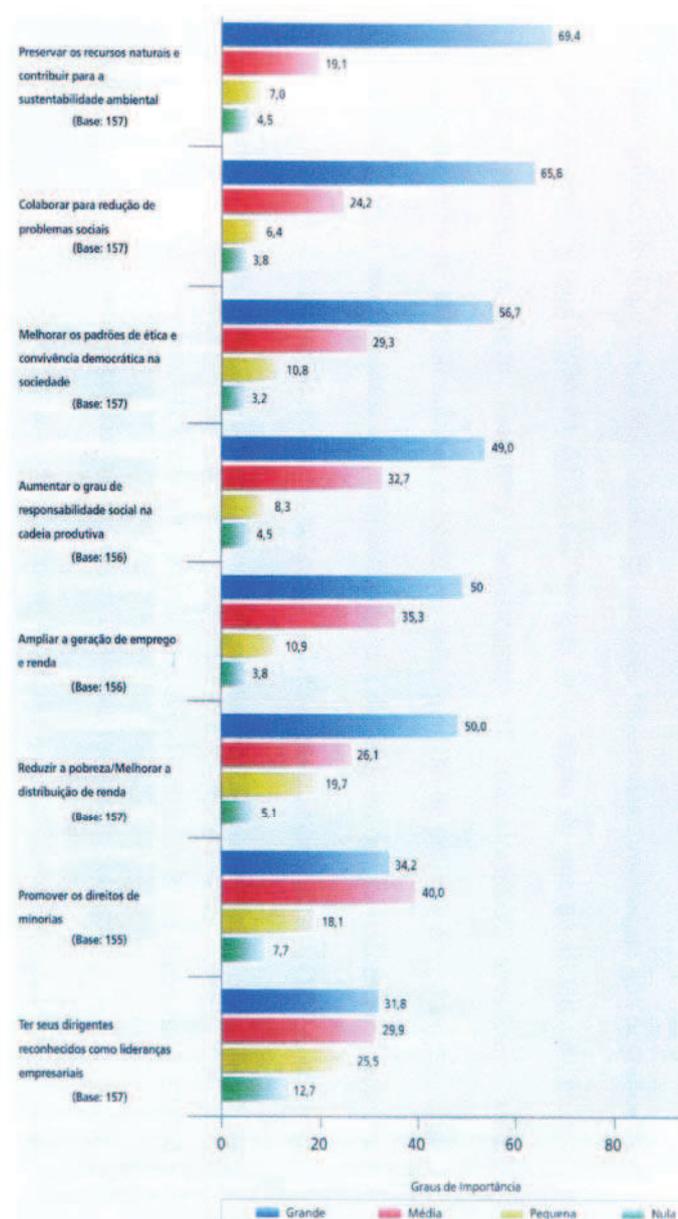
No que diz respeito ao interesse comercial das empresas, as maiores preocupações foram com: Motivação dos funcionários, satisfação e fidelidade do cliente, agregar valor à imagem da empresa na sociedade e no mercado. Quanto aos interesses sociais, os objetivos mais usuais foram: preservar recursos naturais, redução de problemas sociais e melhorar padrões de ética. A reprodução de alguns gráficos, com resultados desta pesquisa, está a seguir na Figura X:

Figura X: Pesquisa FIEB 2004 – Responsabilidade Social das Empresas

Objetivos perseguidos pela empresa ao adotar práticas de responsabilidade social, associadas ao interesse da sociedade.



Objetivos perseguidos pela empresa com a adoção de práticas de responsabilidade social, relacionadas com o fortalecimento dos negócios.



Fonte: Pesquisa FIEB, 2004

Então, considerando todas as vertentes aqui expostas, ou apesar delas, seria possível pensar que se pode assegurar quando as atuações de RSE estão embasadas em valores éticos? Além disso, existe idéia de resgate do débito das empresas para com o social e com o ambiente? Em verdade, não há resposta definitiva para esta indagação, apesar de os canais para visibilidade das ações sociais das empresas parecerem cada vez mais amplos.

De outro lado, o impasse entre valores mercantis e valores solidários não permite uma brusca aceitação da idéia de que está verdadeiramente ocorrendo uma

rotação nos valores organizacionais que as estaria empurrando para um posicionamento legítimo de Responsabilidade Social.

Contudo, se coloca inegável a possibilidade de ganhos sociais neste novo fenômeno, assim como as lutas sindicais não acabaram com a exploração do trabalhador, nem conseguiram uma sociedade igualitária, mas de forma irrefutável significaram avanços no mundo do trabalho em prol dos trabalhadores.

Segundo pesquisas realizadas nos Estados Unidos (ROCHA, 2003), cerca de onze bilhões de dólares são destinados a causas não vinculadas diretamente aos negócios das corporações. A publicação da ABM (2004) traz informação de que, no Brasil, nos últimos quinze anos, as treze indústrias metalúrgicas ali mencionadas investiram juntas, aproximadamente, R\$ 200 milhões de reais em ações que vão de projetos em educação, saúde, cultura e arte a investimentos em infra-estrutura das cidades nas quais se encontram instaladas, além de R\$ 940 milhões de reais em ações voltadas ao meio ambiente. A COSIPA informou ter investido, desde 1993, R\$ 240 milhões em equipamentos de última geração para combater a poluição, reduzindo em 98,3% a emissão de “material particulado na atmosfera” (ABM, 2004, p.41), bem como significativas reduções de outras formas de poluição.

Há de se pensar que, ainda que a discussão quanto à legitimidade do discurso ético gerencial seja pertinente, as ações de algumas organizações têm trazido efetiva melhoria de vida para as comunidades beneficiárias. Talvez não tragam as soluções definitivas para todos os problemas sociais, mas é inegável que passam a contribuir para a construção da cidadania neste País, onde o modelo educacional falido não permite, até o momento, a inclusão de grande parcela desta população.

4.4 Práticas: o lugar da Responsabilidade Social Empresarial

- **Dentro das Organizações Mercantis**

Do ponto de vista da atuação social das empresas, a análise da literatura (MATTAR; 2001; TREVISAN, 2002) aponta para dois posicionamentos das empresas nesta área:

1. Responsabilidade Social para resgate social e como reflexo do perfil da organização pautada em valores éticos e solidários;

2. Responsabilidade Social como “moda” gerencial momentânea ou como estratégia de *marketing* com intenção de lustrar a imagem pública da empresa, mas sem que, necessariamente, esta tenha posturas éticas e humanizadas para com seus trabalhadores, fornecedores, clientes, sociedade ou muito menos com o ambiente.

Mattar (2001) afirma que em um cenário global de má distribuição de renda, precarização das condições de vida e trabalho, fome e destruição ambiental, as empresas têm efetiva possibilidade de reverter ou contribuir para reverter o alarmante quadro do ponto de vista econômico e social e, ao fazer isso, identificam os problemas sociais como responsabilidade também das organizações preocupadas com o curso da humanidade.

Invertendo o ângulo ao realizar sua análise, Salmon (2005) afirma que a RSE é a externalidade do que chamou de “ética gerencial” (p.1), discurso ético das empresas para “instrumentalizar a ética” (p.2) em prol da manutenção do domínio do econômico sobre o político e o social (Salmon, 2005).

Esta cidadania empresarial é para ela decorrente da contestação da sociedade, em especial de clientes e ONG’s que lutam por comportamento corporativo de mais respeito aos direitos universais dos homens e respeito à natureza.

As práticas da cidadania corporativa se situam tanto no apoio financeiro quanto técnico a comunidades excluídas, através da associação entre compra e solidariedade, onde uma parte do que é pago é revertida para ações humanitárias (Figura VI), também chamada “compra ética” (SALMON, 2005), bem como por meio de atuações das empresas contra a exclusão social e no apoio a projetos de educação, saúde, saneamento e proteção ambiental (Apêndices VIII – caso ilustrativo Vale do Rio Doce).

No entanto, Amoroso (2003) chama a atenção para que o empresariado tenha, de fato, coerência entre a retórica da ética e seu posicionamento diante da sociedade e dos trabalhadores, pois, somente agindo de forma transparente e verdadeiramente responsável, será viável cristalizar sua credibilidade e imagem de cidadania corporativa junto a todos os parceiros sociais.

A discussão sobre a necessidade de aproximar (igualar talvez seja impossível) o discurso organizacional das suas práticas perpassa, principalmente, as questões ligadas à relação entre trabalhador x empresa.

Grande parte das ações sociais corporativas é planejada e efetivada, a partir de alianças entre o setor privado, o Estado, organizações do Terceiro Setor e as comunidades atendidas. Esta é uma proposta claramente explicitada pelas empresas e organizações da sociedade civil (SENNA, 2003; ABM, 2004), podendo ser consideradas pertinentes, inclusive por favorecer certo controle da sociedade sobre a atuação das organizações nas questões públicas e do bem comum.

Assim, embora não seja possível neste estudo apontar quando ou quais ações podem ser qualificadas como verdadeiramente pautadas em valores éticos, o que também não é seu objetivo, é possível verificar ações efetivamente positivas ao social, inclusive para os trabalhadores e para o ambiente.

4.4.1 Responsabilidade Social Empresarial e Ética

Para pensar a relação entre a ética e a RSE, é necessário compreender as organizações privadas enquanto atores da sociedade que contribuem na construção dos valores e do modelo de funcionamento desta.

Para Mattar (2001) e França (2005), a RSE é uma evolução do homem e do sistema econômico mundial, uma saída para os atuais problemas de desigualdade e miséria geograficamente localizados, podendo vir a representar possibilidade de um prognóstico mais favorável ao futuro do homem e da sociedade, a partir de uma maior harmonia e equilíbrio entre o sistema econômico, o social, o político e o ambiental.

Em sua abordagem, o Instituto Ethos explicita a idéia de que a ética está intrinsecamente vinculada à RSE:

[...] A ética é a base da responsabilidade social, expressa nos princípios e valores adotados pela organização. Não há responsabilidade social sem ética nos negócios. Não adianta uma empresa pagar mal seus funcionários, corromper a área de compras de seus clientes, pagar propinas a fiscais do governo e, ao mesmo tempo, desenvolver programas voltados a entidades sociais da comunidade. Essa postura não condiz com uma empresa que quer trilhar um caminho de responsabilidade social. É importante haver coerência entre ação e discurso [...] (ETHOS, 2004, p. 1).

Na verdade, em um efeito cascata, quando os consumidores e investidores mostram na prática que as questões ambientais e as relações de trabalho são

importantes, as empresas se vêem obrigadas a rever sua forma de agir (BAGGIO *apud* TREVISAN, 2002; MATTAR, 2001; REIMAN *apud* HAYDEL, 1989).

Algumas ações sociais corporativas trazem não apenas um discurso ético, mas atuações efetivas de apoio e contribuição às comunidades atendidas, com indícios de melhoria significativa da qualidade de vida destas comunidades. As práticas de apoio social da Companhia Vale do Rio Doce, descritas no livro da ABM, e transcritas no apêndice X deste estudo, parecem adequadas a ilustrar esta afirmação.

Por outro lado, importante salientar que algumas ações solidárias ou de RSE refletem não necessariamente uma política organizacional devido aos primeiros escalões da gestão, mas são um reflexo dos atores que compõem o quadro funcional em níveis operacionais, técnicos e de supervisão dentro da organização, mas que ainda encontram forte resistência da alta administração para implementar uma proposta solidária.

Exemplo disso verifica-se na contratação de pessoas com algum tipo de deficiência, quando algumas organizações dão preferência a pessoas com “uma dificuldadezinha” ou com deficiência motora que não impeça a locomoção autônoma, ou com surdez ou cegueira parciais, rejeitando em geral pessoas com deficiência mental, porque supõem que representariam maior dispêndio da empresa para adaptá-lo ao trabalho. Ainda assim, na maioria das vezes, a empresa não chega sequer a cumprir a Lei²⁶, de cotas imposta pelo Estado. Aliás, nem mesmo o Estado e suas corporações cumprem esta Lei.

Em seu texto, Credídio afirma que o discurso de algumas empresas não condiz, na prática, com sua postura nas questões verdadeira e socialmente responsáveis quanto à ética em acordos e negociações com ONG’s e outras organizações que buscam apoio financeiro para seus projetos e que esta atitude por parte das organizações

[...] denota que as corporações ainda não estão preocupadas, como delas se esperaria, em fazer da ética o eixo principal na implantação de suas políticas de cidadania e governança corporativa. (...) É (preciso) sair do discurso vazio para a ação, é ter ética, é respeitar as organizações que as

²⁶ Leis de cotas: “Constituição Federal de 1988, inciso XXXI, art 7º (...), o artigo 37, inciso VIII, estabelece que: “a lei reservará um percentual de cargos e empregos públicos para as pessoas portadoras de deficiência” (PASTORE, 2000, p.42). Além disso, ainda segundo Pastore, a “Lei n. 7.853/89 (...) no seu artigo 2º (Inciso II) prevê a promulgação de outra lei com o objetivo de criar e assegurar uma reserva de mercado em toda a economia brasileira: d) adoção de legislação específica que discipline a reserva de mercado de trabalho, em favor das pessoas portadoras de deficiência, nas entidades da administração pública e do setor privado.” (PASTORE, 2000, p. 45).

procuram – mesmo porque não estão fazendo qualquer favor em relação a isso [...] (CREDÍDIO, 2003, p.4).

Entretanto, pode ser salientado que o discurso e atuação de algumas organizações parecem muito afinados com ideais éticos e solidários, o que se sobressai não só pelo montante de recursos investidos, mas também pela forma com que tais investimentos são pensados e administrados. Exemplo concreto pode ser visualizado no relato da Vale do Rio Doce, que investiu, em 2002, R\$ 120 milhões de reais em infra-estrutura da cidade de Canaã dos Carajás, cidade ao sul do Estado do Pará, que pulou de 11 mil habitantes, em 2000, para 17 mil em 2004. (Apêndice VIII):

[...] “Partimos da premissa de que, em médio e longo prazo, a cidade não pode ser dependente da empresa. (...) a cidade precisa se desenvolver de maneira sustentada (...) A comunidade organizada, juntamente com o poder público, é que será a protagonista do seu desenvolvimento. A empresa vai disponibilizar recursos e conhecimento. (...) Por enquanto, os investimentos se traduzem em melhorias na infra-estrutura da cidade. A companhia investiu no asfaltamento dos 86 quilômetros da rodovia que liga Canaã dos Carajás a Parauapebas. (e) dentro do município (...). Debaixo dessa pavimentação, foram construídas redes de água e de esgoto que cobrem um terço da área da cidade.” (...) A Vale reformou o hospital municipal e está construindo outro [...] (ABM, 2004, p.33).

Outras iniciativas do setor privado na área de responsabilidade social apontam para a efetividade que as pressões exercidas pela sociedade civil têm alcançado, tanto no que tange o governo americano à sociedade, quanto no que diz respeito ao meio ambiente. E, nestes casos, não é possível refutar o argumento de que por mais que a lógica econômica esteja em desacordo com valores éticos e solidários, as ações das organizações neste campo podem trazer impactos significativos para o mundo e vir a representar uma das saídas para o atual quadro de desigualdade social e devastação ambiental.

O Instituto Akatu (2005) refere que em se mantendo contrário ao Protocolo de Kyoto²⁷, dezoito (18) empresas americanas colocaram em andamento o que chamam de “operação Bolsa do Clima de Chicago” (AKATU, 2005), cujo objetivo é

²⁷ Protocolo de Kyoto: Acordo internacional em que vários países industrializados se comprometem a reduzir a emissão de dióxido de carbono, gás responsável pelo efeito estufa. De acordo com o Protocolo, os países devem reduzir a emissão em, pelo menos, cinco por cento (5%) em relação aos níveis de 1990, no máximo até 2012 (AKATU, 2005).

diminuir em 4% as emissões de dióxido de carbono até 2006 em níveis equivalentes a 1998; os percentuais acima de 4% de redução poderão ser negociados por essas empresas na Internet. Esta atitude está aportada no fato de que os consumidores e a sociedade civil exigem maior empenho empresarial neste campo.

4.4.2 Responsabilidade Social Empresarial: Marketing e Moda Gerencial

[...] O emprego da retórica como estratégia de gerenciamento da impressão é freqüentemente relacionado ao uso de uma linguagem elaborada e elegante, mas vazia de idéias claras e emoções sinceras. (...) O uso da retórica encoraja a audiência a esquecer ambigüidades e contradições e a apoiar uma versão oficial, ou a grande narrativa. Um ator eloqüente, empregando habilidades retóricas, corporifica emoções e mostra sentimentos de outras pessoas como se fossem os seus próprios. O discurso e a imagem ganham precedência sobre a realidade [...] (HOPFL *apud* WOOD JR., 2000, p 23).

Embora Wood Jr. não esteja se referindo especificamente ao fenômeno da cidadania corporativa, neste texto suas idéias casam com a opinião de alguns autores (CREDÍDIO, 2003; MATAR, 2001) que apontam o uso da RSE para fins exclusivos de *marketing* ou como tendência gerencial (moda) a ser seguida por parte de algumas empresas. Por isso, Soares (2004) e outros, criticam o próprio fenômeno da SER, apontando-o como exclusivamente *marketing* ou adesão impulsiva a modismos em qualquer organização.

Entre as que realizam a RSE como tendência gerencial, há a visão de que esta é mais uma moda a ser seguida para alcançar o *status* de organização “moderna”, “atualizada” ou viável para o mercado. Em princípio, tais empresas não necessariamente ambicionam ter práticas de RSE publicitárias, mas não necessariamente almejam alterar significativamente as relações entre os homens e as organizações, entre estas e o meio ambiente. A RSE é posta como estratégia para aumentar o lucro. Ganhar novos mercados ou como viabilização da empresa no mercado internacional.

Embora as exigências de consumidores e acionistas possam impor posturas mais éticas e com isso mudanças na qualidade das relações das empresas com as várias partes interessadas (ETHOS,2002; HAYDEL,1989), este imperativo por atuação social atrai também um segmento que segue “a onda” e vê no movimento

da RSC uma nova oportunidade para aumentar o lucro ou para se manter no mercado (CREDÍDIO, 2003). Ou seja, não necessariamente todas as práticas de RSE teriam por princípio a ética ou o bem coletivo, mas um alinhamento com exigências mercadológicas, a serviço da perenidade do fator econômico como hegemônico sobre as demais esferas.

Considerando o exposto, se a alta diretoria de algumas das grandes corporações considera que os lucros podem ser afetados por instabilidades nas demais esferas - ambientais, sociais, políticas e culturais (HAYDEL, 1989) – as práticas de RSE podem então estar focadas apenas para o aumento da produtividade e do desempenho financeiro da empresa, presente em sua postura por fazer parte das estratégias para alcance do lucro, a partir de uma melhoria da imagem organizacional (TREVISAN, 2002), haja vista que o desgaste da imagem de grandes corporações, por exemplo, devido à utilização de mão-de-obra escrava e infantil em países do Terceiro Mundo, trouxe repercussão negativa concreta em seus lucros.

A preocupação em ter uma marca forte impõe, às organizações, incessante busca por vantagens competitivas, muitas delas inclusive explicitam a idéia: ações solidárias = construção / recomposição de uma marca forte = sucesso e aumento do faturamento (CAMARGO e AMBRÓSIO *apud* TREVISAN, 2002) e passa a ser “direito” da empresa fazer a propaganda quanto às suas ações sociais em detrimento da idéia de que informar sua atuação cidadã é sua obrigação para com a sociedade por utilizar os recursos e riquezas naturais e por utilizar e gerar impactos nas estruturas sociais.

As próprias empresas afirmam que cada vez mais há pressões concretas dos atores sociais para que tenham atuação social (ETHOS, 2002; HAYDEL, 1989), do mesmo modo que sabem que não podem mais contar, exclusivamente, com a qualidade de seus produtos e serviços como garantia de sobrevivência, já que qualidade é exigência básica e natural do mundo competitivo, e não um diferencial (CREDÍDIO, 2003; ROCHA, 2003).

Assim, nos últimos dez anos, têm aumentado não só as práticas sociais corporativas, mas a divulgação destas e a discussão do fenômeno na mídia (vide apêndice VI e figuras).

Alguns autores defendem a legitimidade de fazer *marketing* através do social, mas esta utilização das ações de Responsabilidade Social Empresarial,

exclusivamente para esse fim, é considerada um equívoco oportunista por aqueles que vêem a RSE como uma saída viável a médio e longo prazos para os problemas sociais e para as desigualdades econômicas. Estes críticos parecem temerários de que mais uma vez a lógica instrumental característica do capitalismo desfigure o que, em princípio, poderia ser uma atuação efetivamente solidária (MATTAR, 2001; CREDÍDIO, 2003).

Credídio (2003) não critica a divulgação das ações de RSE, muito menos o fato de que as empresa venham a agregar valor aos seus produtos e à sua imagem a partir disso, desde que haja verdade entre o discurso veiculado de ética e valores e as posturas organizacionais. Critica, sim, a utilização sem medidas éticas deste discurso solidário, e cita o que ocorre em épocas de Natal, uma das datas de maior apelo social e emocional, onde, segundo ele, vê-se o “*test-drive* solidário” (CREDÍDIO, 2003, p. 4). Dentre as inúmeras campanhas divulgadas, em muitas há

[...] em comum apenas o objetivo de sensibilizar consumidores e clientes, a ausência de critérios e de direcionamento dessas ações, a falta de transparência e de uma prestação de contas efetiva, o assistencialismo e, o mais grave, sequer um mínimo compromisso com as causas, com o controle dos resultados e, especialmente, com o destino que foi – ou será - dado aos recursos gerados pelas entidades e programas apoiados.[...] (CREDÍDIO, 2003, p. 4).

Neste sentido, considera imprescindível o papel das organizações do Terceiro Setor²⁸ no sentido de conscientizar e cobrar das empresas um posicionamento quanto à RSE, mas não como simples estratégia de *marketing*. A figura a seguir ilustra que a idéia da compra solidária é bastante atrativa para empresas e consumidores e não tem necessariamente que estar fora de valores verdadeiramente humanitários.

Ou seja, para Credídio é necessário entender que a RSE ultrapassa a idéia de selos e premiações, cujo significado é esvaziado de sentido e valores, porque este expediente não colabora para a melhoria e desenvolvimento do País. Tampouco se pode pensar em ações sociais apenas para projetos e organizações

²⁸ São nomeadas organizações do Terceiro Setor aquelas que não têm fins lucrativos, são provenientes da sociedade civil e trabalham para a melhoria de problemas sociais e ambientais, lutando por direitos dos cidadãos seja cobrando posicionamento do Estado, fiscalizando as ações ou formando parcerias com empresas do setor privado. Existem organizações de origem e âmbito de atuação nacional (a exemplo de ONG's como o GAPA, mas também sindicatos e associações de bairro, dentre outras) e as internacionais (como o GREENPEACE, a OIT, OMS, dentre outros).

socialmente destacadas, com fluxo constante de presença na imprensa, como forma de ganhar propaganda instantânea e questiona por que sempre as mesmas entidades recebem “os maiores investimentos, em detrimento de dezenas de milhares de outras que, igualmente, desenvolvem um trabalho sério, crível e indispensável às comunidades onde atuam” (CREDÍDIO, 2003, p. 5).

Para esse autor, este posicionamento das organizações no momento de definir que ONG irá receber seu apoio e investimento pode trazer um efeito invertido ao desejado por uma organização, levando sua imagem e reputação ao descrédito junto à população, já que a sociedade está cada vez mais atenta às ações que as organizações implementam no social, ou seja, nessas situações, a percepção do consumidor poderá ser a de que a companhia está apoiando uma determinada causa ou executando alguma ação social exclusivamente para “fazer *marketing*”, o que poderá levá-lo a querer punir a empresa migrando para um concorrente (CREDÍDIO, 2003, p.6).

A postura de algumas organizações em ostentar uma retórica de ética empresarial ilustra o que Wood Jr. (2000) chamou de **Organizações de Simbolismo Intensivo** (OSI), nas quais há um afastamento entre substância e imagem, decorrente de um esvaziamento de valores verdadeiros. Segundo ele, as OSI’s caracterizam-se por realizar um domínio sobre os públicos interno e externo, a partir da incorporação de símbolos à vida do indivíduo na organização.

Assim, a dinâmica de funcionamento da gestão de uma OSI caracteriza-se pela substituição da liderança autoritária e centralizadora por gestão aberta, baseada em controles mais amenos que capturam o trabalhador, comprometendo-o com as metas e objetivos da empresa, através da retórica e da condensação de símbolos que o fazem identificar-se com os processos organizacionais, unindo-se a eles. Diante disso, se pode concluir que há a configuração de uma nova forma de contrato social entre gerência e operariado, baseada em participação e comprometimento irrestrito de todos.

Este novo modelo de dominação se assenta, pois, em um “conjunto completo de rituais, práticas de gerenciamento da impressão e manipulação da imagem” (WOOD JR, 2000, p.21). A figura XI é ilustrativa desta questão, pois os significados culturais desta data são muito marcantes nas sociedades ocidentais, por sua conotação religiosa, bem como por seu apelo sentimental de amor e fraternidade

entre as pessoas. Neste exemplo, o empresário é o cliente alvo do anúncio que o incentiva a uma gestão baseada nestes princípios descritos por Wood Jr.

Figura XI – Campanhas Natalinas



Fonte: Revista ALSSHOP²⁹, Dez 2004.

Pensada sob esta perspectiva, a RSC poderia então ser inserida na “febre da mudança organizacional” (WOOD JR., 2000) dos anos 80 que deram lugar ao surgimento das OSI? Se este for o caso, a marca principal da gestão baseada na cidadania corporativa são os símbolos e a retórica organizacional, na qual novos valores e significados são desenvolvidos para melhorar o desempenho da empresa (WOOD JR. e CALDAS *apud* WOOD JR., 2000, p. 22) e onde o cerne da questão é, concretamente, o controle e a manipulação dos trabalhadores pela via do simbólico, daquilo que, em geral, é indizível, que captura o sujeito em sua história, sua identidade pessoal e coletiva, fazendo-o ter certeza de que as metas e os valores da empresa se confundem com os seus próprios.

Dentro de tal perspectiva, fazer parte da equipe de uma dada organização passa a significar inserir-se em uma nova “família”, cujos papéis profissionais e pessoais estarão confusos e misturados, mesmo que não haja efetivamente vínculo

²⁹ Revista corporativa voltada aos empresários das redes de *shoppings* em todo o Brasil.

afetivo ou sangüíneo verdadeiro. É quase um processo de desconstrução da identidade original do trabalhador, transfigurando-o em um novo. Por vezes, um novo um tanto distante do ser pessoa.

Diante dessa problematização, interessante registrar algumas tendências organizacionais que tencionam manter o controle da organização sobre os trabalhadores:

[...] **“esforço coletivo de reorganização do passado, conduzido pelos líderes da mudança.** Esse processo parece ser usualmente caracterizado por forte maniqueísmo, com tendência a supervalorizar tudo e todos relacionados à nova ordem e difamar tudo e todos relacionados à antiga ordem. (...) **super-simplificação da realidade.** Agentes de mudança usualmente adotam discursos caracterizados pela objetividade e simplicidade. Para lidar com a complexidade e ambigüidade, eles empregam retórica, desenvolvendo *slogans*, metáforas e palavras de ordem.(...) **difusão do discurso da participação.** O controle por meio da cultura é fortemente baseado na participação e no comprometimento. (...) os processos decisórios são transformados em práticas participativas [...] (WOOD JR., 2000, p.22).

Em face do exposto, e retomando a discussão da RSC, fica uma nova indagação: A inserção dos trabalhadores em programas de voluntariado, onde efetivamente a participação da empresa em alguns casos é quase figurativa, poderia ser classificada como uma das estratégias de controle típicas deste novo modo de gestão? Neste caso, a partir deste discurso pontual de resgate de ética e valores, as organizações fisgaram todos os públicos, do trabalhador – orgulhoso e satisfeito com sua organização que ajuda a comunidade e preserva o ambiente – ao público externo, que agora poderá olhar também, orgulhoso, uma vizinhança tão generosa, que gera empregos, que faz estradas, que cuida da saúde do trabalhador quando este se acidenta, bem como atores acostumados a posicionamentos mais críticos: a sociedade civil e a academia.

Wood Jr. (2000) vai além, apontando três possibilidades de reação dos trabalhadores diante da manipulação simbólica:

1. Opção pela nova vida imposta;
2. Adoção da nova vida por medo;
3. Aparente adoção do novo discurso para poder continuar no grupo;
4. 4º “utilização cínica” (WOOD JR., 2000, p.22) do discurso hegemônico.

Mas a conformidade ocorrerá. Neste cenário, construído pela empresa, elas se tornam “palcos em que a substância e a imagem distanciam-se e a intensidade

simbólica aumenta” (WOOD JR., 2000, p. 22). O que Wood Jr. traz é a idéia de que se vive hoje a era do espetáculo, onde a “não-realidade é o fator dominante da construção da experiência contemporânea” (BOORSTIN *apud* WOOD JR., 2000, p.22).

Esse afastamento entre substância e imagem, que a retórica organizacional promove, retrata o esvaziamento de valores em que foi e continua sendo assentada a sociedade. Nesta situação, a não-realidade se superpõe à realidade concreta, constituindo o que poderia ser entendido como sociedade do espetáculo, primado das ilusões e da imagem. A realidade, então, é invadida por novidades artificiais, mas que aparentemente preenchem a existência humana. São os pseudo-eventos, mais dramáticos e atraentes que os reais. A imagem parece mais fidedigna que o original e a fantasia, mais real que a realidade, e essa é a sociedade que gerou as “Organizações de Simbolismo Intensivo” (WOOD JR., 2000, p. 20), conforme informa Boorstin: “Tanto nos acostumamos às nossas ilusões que as confundimos com a realidade (...) Somos assombrados não pela realidade, mas pelas imagens que colocamos em seu lugar” (BOORSTIN *apud* WOOD JR., 2000, p.23).

Diante do exposto, constata-se que esta é uma era onde a imagem é **tudo**. Neste sentido, a realidade passou a ser dominada por uma fixação pela imagem e as corporações seguiram esta tendência. Nasceram as OSI’s, onde o foco migrou das questões reais para a ênfase na manipulação da imagem, enquanto aspecto crítico da gestão e da sobrevivência organizacional. Nestas organizações, o gerenciamento da impressão, a partir da construção da imagem pode influenciar a percepção e as interpretações da audiência, no caso, os trabalhadores. Assim, segundo Wood Jr. (2000),

“as organizações estão se transformando em “reinos mágicos” , em que o “espaço simbólico” é ocupado pela retórica, pelo uso de metáforas e pela manipulação dos significados (onde) a liderança simbólica constitui estilo gerencial...inovações são tratadas como eventos dramáticos...líderes e liderados aplicam maciçamente técnicas de gerenciamento de impressão...e analistas simbólicos formam um grupo importante da força de trabalho (...) e a manipulação simbólica opera como gatilho... e... serve para legitimar o novo sistema. (Assim, com) o uso da linguagem metafórica é relacionada a processos de mistificação. (nestas casos) os líderes escondem ambigüidades e contradições[...] (WOOD JR., 2000, pp. 24 a 26).

Interessante ver este fenômeno da manipulação da retórica pelo prisma dos gestores ou, por que não dizer, a partir do olhar que teria uma organização de simbolismo Intensivo:

[...] a análise revelou a presença de elementos retóricos na gestão da mudança organizacional, formando um discurso persuasivo verbal e não-verbal, que influenciou decisivamente no processo de gestão e na decisão dos membros da organização no sentido da sua colaboração e forma de participação. (...) Salvo algumas especificidades do caso analisado, com relação à identidade, história e tradição daquela empresa, o que sobressai como ferramenta básica de gestão é a viabilidade de planejar e conceber ações administrativas alinhadas e equilibradas segundo significados lógicos, emocionais e éticos para o público interno [...] (TORRES JÚNIOR, 2002, p.10).

Credídio, ao criticar esta fixação pela imagem, descrita por Wood Jr. (2000), salienta a necessidade de que se combata o que chamou de 'impostura das empresas', quando estas afirmam que as suas ações solidárias visam **apenas** ao apoio à sociedade, o que, para ele, é, na maioria das vezes, uma (in)verdade. Muito mais honesto neste sentido seria assumir que a empresa objetiva, sim, também melhorar sua imagem pública, mas estar efetivamente empenhada em melhorar também a sociedade, colaborando para a solução de problemas sociais e ambientais.

Entretanto, ele chama atenção para que, ao contrário do que se difunde inclusive em reportagens na mídia, *marketing* social não pode ser confundido com estratégia mercadológica da empresa para atingir o objetivo de vender mais produtos ou serviços. Do mesmo modo que não pode ser entendido como um conjunto de ações tomadas visando à melhoria ou ao reforço da imagem institucional (GOODWILL *apud* CREDÍDIO, 2003) e, principalmente, *marketing* social não equivale a instrumento para que a corporação associe sua marca a causas sociais. Nesta perspectiva, ele afirma que o ganho no *marketing* social não objetiva um retorno direto para os agentes da mudança, mas para a sociedade.

Assim, ele apresenta o que poderia ser uma real perspectiva do que chama de *Marketing Social*:

[...] conjunto de estratégias e ações planejadas para a implementação de programas desenvolvidos para a promoção de mudança social, mediante o emprego das técnicas do *marketing* tradicional, o que significa dizer que o autor de uma ação ou campanha de *marketing* social é, geralmente, uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos ou um órgão governamental, o que não quer dizer que uma empresa não possa empreender ações sob esse escopo (...) Isso pode ocorrer, desde que ela

vise única e obrigatoriamente a multiplicação das soluções e dos impactos sociais referentes à adoção de comportamentos, atitudes e práticas que promovam o fortalecimento e a implementação de políticas públicas, a promoção de causas sociais relevantes e a transformação social, sem que tal conduta esteja atrelada a ganhos de imagem, à revitalização da marca ou com o objetivo, ainda que escamoteado, de aumentar sua participação de mercado [...] (CREDÍDIO, 2003, p. 02).

Segundo este autor, grande parte das ações das empresas se encaixa na idéia de *marketing* de causa, focando apenas uma determinada causa ou problema social em geral, com a finalidade de agregar valores sociais à sua marca e incrementar a venda de serviços e produtos, não podendo ser entendidas enquanto *Marketing Social*.

Entretanto, ao implementar ações de *marketing* de causa, além de poderem atuar com suas ações de cidadania ou se unirem a organizações sociais, tendo em vista alguma causa relevante, as empresas conseguem uma poderosa ferramenta estratégica de posicionamento, pois, ao utilizar algumas técnicas do *marketing* tradicional, associam a marca da empresa à solução de uma questão ou causa social. O resultado desta postura é o benefício de todos os atores envolvidos, desde a empresa – pelo incremento à sua venda – à sociedade, já que a divulgação do problema e o convite à participação dos demais atores acabam por atrair simpatizantes, voluntários e maior volume de recursos para solução do problema (CREDÍDIO, 2003).

Assim, é inegável o peso que a postura socialmente responsável passa a ter no imaginário coletivo da sociedade contemporânea. Pesquisas (ETHOS, 2000; ETHOS 2002; TREVISAN, 2002; ROCHA, 2003) têm avaliado tanto a opinião e expectativas dos consumidores com relação às empresas “cidadãs”, quanto a repercussão destas ações sobre seu comportamento de consumo. A recente pesquisa da FIEB expressa a opinião do setor industrial de que “a confiança e a credibilidade pública” (FIEB, 2005, p. 12) são efetivamente tidos como fatores de competitividade, e a explicitação de valores a partir da formalização de um código de ética, considerado, pela maioria das empresas³⁰ que o formula, como um

³⁰ Do total das empresas participantes desta pesquisa, mais de oitenta e quatro por cento (84,4%) consideram que, no que tange à confiança e à credibilidade, o “código de ética é um instrumento que ajuda a criar e manter uma imagem positiva da empresa quanto a esses aspectos, o que traz repercussões positivas para os negócios” (FIEB, 2002, p. 12), enquanto menos de dois por cento (1,9%) discordam inteiramente desta idéia.

instrumento de construção de imagem positiva com repercussões vantajosas para os negócios.

Pesquisas indicam que, no Brasil, cinquenta e sete por cento (57%) dos consumidores julgam se uma empresa é boa ou ruim tendo por base a sua atuação na área social. Nos EUA, também uma parcela dos investidores (treze por cento - 13%)³¹ prioriza empresas socialmente responsáveis e, tanto neste país quanto na Europa, 50% dos consumidores dizem aceitar pagar mais por produtos de indústrias socialmente responsáveis, enquanto 70% dos pesquisados sequer comprariam de fabricantes não comprometidos com a questão ética (ROCHA, 2003). Outra pesquisa realizada em vinte e três (23) países apontou que noventa por cento (90%) dos consumidores entrevistados referiram interesse na postura cidadã nas organizações (CAMARGO *apud* TREVISAN, 2002).

Diante deste cenário, a Responsabilidade Social Empresarial passou a ser considerada por dirigentes de algumas das grandes corporações como questão crítica para obtenção das metas organizacionais (HAYDEL, 1989; FIEB, 2005) e impactantes para os próprios negócios (OLIVEIRA, 2005), a partir da constatação de que o processo decisório de compra passa a estar atrelado ao grau de cidadania que determinado produto ou serviço representa.

Portanto, se, por um lado, o fato de haver uma demanda por ações de responsabilidade social corporativa pode humanizar as empresas, torna-se fácil perceber que esta mesma postura das partes interessadas, em especial as partes mídia e consumidores, pode ser a mola propulsora para que algumas empresas assumam ou carreguem um discurso socialmente responsável, e que até realizem ações para o bem coletivo. Que isto, contudo, seja apenas um dos elementos da estratégia de *marketing*, já que, para uma empresa, “o aumento de seu faturamento pode estar relacionado com o que sua imagem sugere e conota para o consumidor” (TREVISAN, 2002, p.3), sem que valores éticos e de respeito ao homem, ao ambiente e ao bem comum façam parte das suas metas e valores.

Esta afirmação parte do conhecimento de que muitos trabalhadores estão ainda submetidos a condições desumanas de trabalho, outros em condições que geram adoecimento e levam à morte, e o trabalhador segue entregando à organização não apenas sua “mão-de-obra”, mas sua força, seu tempo, por vezes

³¹ Percentual composto inclusive por ONG's, associações de empregados e consumidores comuns.

sua saúde e vida, mesmo em organizações que, se apropriando do discurso socialmente responsável e que alardeiam ações de SER, que possa lhes conferir imagem positiva (SOARES, 2004; CREDÍDIO, 2003).

Assim, observa-se um crescimento significativo de práticas de RSE por todo o mundo e nas mais diversas áreas (SOARES, 2004). Entretanto, é questionável se algumas iniciativas seriam de fato fenômenos pautados em valores solidários ou a subversão de princípios éticos para fins mais uma vez mercantilistas, haja vista que, até então, organizações comerciais objetivavam apenas a maximização dos lucros, enquanto o discurso do “moderno” fenômeno da RSE propõe ações de colaboração para melhoria e desenvolvimento da sociedade, ou seja, afirma um direcionamento da empresa também para os interesses da coletividade (FERNANDES, 2000) e não, exclusivamente, para enriquecimento de acionistas e proprietários. Isto, no entanto, parece contraditório para um sistema capitalista, já que sua relação com a sociedade tem sido historicamente destrutiva (SOARES, 2004).

O exemplo citado por FRANÇA (2005) é bastante representativo com relação aos objetivos meramente econômicos das organizações em seu nascimento: “A suprema corte de Michigan julgou um caso³² favorável aos Dodges, alegando que a empresa existe para benefício de seus acionistas e que qualquer ação filantrópica pode acontecer desde que favoreçam os lucros” (ASHLEY e outros *apud* FRANÇA, 2005, p.25).

Assim, seria possível questionar a viabilidade de ocorrer uma mudança estrutural no perfil das organizações capitalistas, quanto à sua lógica e dinâmica de funcionamento, historicamente baseadas na maximização do lucro e indiferença para com as necessidades coletivas dos homens, de modo que a empresa passe a integrar um movimento social que priorize o aumento da qualidade de vida do ser humano e viabilize um maior equilíbrio socioeconômico, onde a solidariedade, a cooperação mútua e o respeito aos direitos de todos sejam, de fato, prioridades em organizações mercantis.

Este estudo, todavia, não pode afirmar que não haja empresas onde os valores solidários estejam efetivamente presentes e, em verdade, encontra situações onde o discurso organizacional de atenção ao social se coloca bastante próximo de suas práticas. O caso exposto no apêndice X, da empresa Vale do Rio Doce, é um

³² Sentença de disputa judicial entre Henry Ford e outros acionistas da FORD, devido à utilização de parte dos dividendos da FORD para fins não dirigidos diretamente aos acionistas.

deles. E, embora esta pesquisa não se proponha a avaliar o quanto éticas as empresas se colocam, são inquestionáveis as mudanças estruturais e o desenvolvimento social que as práticas de cidadania desta corporação parecem ter trazido para a localidade de Carajás.

4.5 Responsabilidade Social Empresarial: maior poder às Organizações Mercantis no controle do Social

Por fim, importante trazer a discussão sobre a qual uma parcela da comunidade acadêmica se debruça e que diz respeito ao controle sobre o social e sobre o bem comum que as empresas passam a ter com a idéia da RSE e com o discurso ético empresarial que a endossa. O discurso organizacional presente na figura XII atribui o estado de preservação da Amazônia ao setor industrial.

Diferentemente de ZADEK (2003, p.3), que considera que “ampliar a responsabilidade corporativa é pré-requisito para que ela realmente contribua para a solução de desafios sociais e ambientais”, Salmon (2005) encaminha a reflexão para o poder que o discurso da ética empresarial pode assegurar à esfera econômica.

Hoje, o setor privado é visto como inteiramente voltado ao lucro, à competitividade e à ação utilitarista. Porém, desde os anos 90, as empresas têm fortalecido a idéia de que a ética, o bem coletivo, a preservação ambiental e o desenvolvimento da sociedade fazem parte do sentido da sua existência, se dizendo geradoras e mantenedoras de valores como honestidade, solidariedade, cooperação, respeito ao meio ambiente e outros, como pode ser visto na figura XII e nas anteriores e no apêndice VI.

Figura XII – Preservação Ambiental – Crédito da Indústria

A AMAZÔNIA CONTINUA VERDE



Fonte: Revista *Veja*, 2002.

Porém, inerente à esfera econômica, a concepção de que tudo pode ser comercializado, incluindo-se aí recursos naturais importantes à sobrevivência da humanidade, é hegemônica. Nesta esfera, parece não haver limites ao que se entende por bem privado ou por bem privatizável. No que tange ao bem público, este já se incorpora parcialmente ao setor privado através do Terceiro Setor, já que ONG's e outras organizações sem fins lucrativos são organizações privadas, embora, **às vezes**, consigam se manter como não mercantis. Já quando a questão toca a discussão do bem comum x bem privado, as coisas se complicam bastante.

Os conceitos de *bem comum* e *bem público* parecem se confundir, mas são distintos e mais acessíveis à compreensão quando definidos em contraposição ao conceito de *bem privado*. O bem público não apresenta exclusão nem rivalidade de acesso pelos cidadãos, estando sua administração como “encargo do poder público: Políticas públicas, monumentos públicos” (SILVA FILHO, 2003).

O bem público encontra-se na esfera dos direitos universais da população e não se confunde com o que pertence ao Estado, enquanto que o bem privado é correlato de bem de mercado, propriedade privada, pressupõe exclusão e rivalidade, dois indivíduos não podem ter o mesmo bem. Este, diz respeito à “uma concepção mercantil do mundo, segundo a qual tudo se vende e se compra, tudo tem preço – em suma, da centralidade do mercado” (SADER, 2005, p.1); neste caso, a oposição é entre público e mercantil, e não entre estatal e privado.

Entende-se por *bem privado* tudo aquilo que pertence, por direito legal de propriedade, a uma pessoa física ou jurídica, desde que esta não seja órgão ou instituição do Estado. Em ORENSTEIN (1993), encontra-se a idéia de *bem coletivo*, em oposição à *bem privado*, como sendo aquele cujo consumo por uma pessoa ou grupo não afeta a disponibilidade para os demais (noção de indivisibilidade), cuja oferta não é seletiva a um grupo (não exclusividade), no qual não há rivalidade de consumo entre os consumidores, o que não é passível de ser valorado.

Entretanto, o conceito de bem coletivo, abordado por ORENSTEIN (1993), não equivale aos conceitos de *bem comum* e/ou de *bem público*.

Entende-se por *bem comum* aquilo que pertence à humanidade e que não poderia ser pensado como mercadoria, nem chegar à categoria de bem privado. Porém, não é o que se presencia. Assim, a água, o ar puro, a produção artística e cultural, o conhecimento de povos milenares quanto ao poder curativo de plantas e raízes já estão, ao menos parcialmente, privatizados.

De outro lado, um bem pode ser privado e público: é o caso das organizações do Terceiro Setor. Entretanto, de que forma estes conceitos estão atrelados à discussão da RSE? Considera-se aqui que entender o bem coletivo como um conceito que pressupõe garantir a permanência do bem comum neste patamar, passa por uma reflexão quanto ao que as organizações, e a lógica da economia de mercado, têm feito neste campo, quando privatizam bens como a água, a carga genética do homem, de plantas e animais, o que representa ameaça concreta à sobrevivência da humanidade, principalmente nas regiões mais empobrecidas.

A concepção de *bem comum* diz respeito ao bem ao qual o ser humano tem acesso irrestrito, ou, na atualidade, se deva dizer 'deveria ter'. Fazem parte do bem comum as culturais locais / regionais, suas tradições e conhecimentos populares, a água e o meio ambiente como um todo. Bem comum é tradução de *commons*, termo inglês com origem na Idade Média, onde os pastos ao redor dos burgos eram chamados de pastos comuns, sem propriedade, sem administração da Igreja nem do senhor dos burgos (HARDIN *apud* SILVA FILHO, 2003). Mas, o economista H. Scott Gordon tratou, em tese de 1954, os cardumes marinhos como uma propriedade comum (OSTROM *apud* SILVA FILHO, 2003, p. 20), embora a idéia de meio ambiente como bem comum seja atribuída a Hardin, autor que propôs a privatização desse bem ou, ao menos, manutenção como "bem público", de forma a evitar o esgotamento dos recursos naturais, seguindo ele uma racionalidade do cálculo de utilidade.

No conceito de *bem comum* fica pressuposta a possibilidade de rivalidade, mas não de exclusão de acesso. As ruas de uma cidade são abertas à circulação de qualquer cidadão, mas a rivalidade no uso do bem é demonstrável pelos engarrafamentos. No caso do ar puro e da noção de rivalidade trazida por Silva Filho (2003), ao poluir o ar puro (bem comum), o sistema de produção hegemônico rivaliza com os seres humanos, usurpando um bem comum ao provocar sua destruição como se este fosse mais uma das suas propriedades. Nesta rivalidade, este bem comum passa a ser excluído da possibilidade de uso por parte da humanidade e é este custo da produção, essa "franja", que os filtros não detêm, que exige reparação e que coloca a responsabilidade corporativa como um resgate, uma contrapartida das empresas ao que têm historicamente provocado à vida dos homens e à natureza.

Além disso, a proposição de que as organizações do setor privado estariam resgatando valores como a solidariedade, respeito ao ambiente e ao homem, cooperação e condutas mais éticas em todas as suas relações, não se harmoniza com o posicionamento deste setor de apropriar-se daquilo que pode ser categorizado como bem comum da humanidade, como florestas, carga genética humana, água, etc.

Porém, Schroeder (2004) critica o posicionamento um tanto ingênuo de entender a atuação corporativa no social apenas como um fenômeno que permite delimitar as ações empresariais, afirmando que, na verdade, o fenômeno amplia o poder da maior representante da esfera econômica. Ele propõe, então, que seja resgatada da Teoria da Delimitação dos Sistemas Sociais, de Guerreiro Ramos, a idéia de delimitação dos diversos atores sociais, de modo a evitar a sobreposição do poder de um ator em especial sobre os demais, o que pressupõe também adoção de outro paradigma social denominado de paraeconômico. Esse autor considera preocupante a expansão do poder das organizações através de sua “cidadania corporativa” e afirma que, se por um lado a idéia de débito social legitima a pertinência da RSE, de outro pode levar a sociedade à crença de que “o desenvolvimento econômico é o próprio desenvolvimento da capacidade humana e garantidor do bem comum” (SCHROEDER, 2004, p.2).

Com relação a esta necessidade de regulação, é interessante trazer o exemplo das organizações que realizam o comércio justo, discutido por França Filho (2002), que descreve a experiência de redes de organizações que desenvolvem um outro padrão de trocas econômicas, baseadas em uma lógica diferente da atual lógica de mercado, embora atuem em interface com ele. Para este autor, tais redes se propõem a construir um cenário de solidariedade internacional, onde o comércio entre os países do norte e do sul seja mais justo e equitativo.

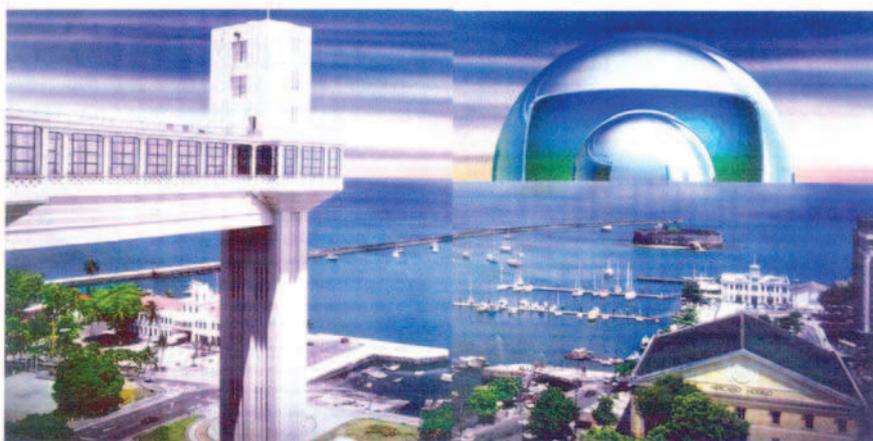
Este movimento chamado de ‘comércio justo’ inclui tanto a facilitação da entrada de produtos de cooperativas de pequenos produtores de países em desenvolvimento, quanto uma atuação pedagógica de conscientização do público através de campanhas que incentivem o consumo de tais produtos. Desde os anos 70, este movimento atrela o consumo e o consumidor a causas humanitárias e a valores como solidariedade, justiça e igualdade, a partir de uma proposta não capitalista de comércio, embora não exclua completamente as regras de mercado com as quais convive e compete.

Provavelmente, embora o comércio justo e outras formas e associações econômicas solidárias tentem acrescentar novas formas de fazer economia que não apenas o modelo hegemônico atual, talvez elas tenham influenciado a absorção e utilização do discurso ético pelo setor privado e a atual “campanha” empresarial por associar seus produtos e marcas a valores e causas solidárias, seja decorrente da gradual expansão da economia solidária na mídia e no imaginário coletivo.

Diante de tais reflexões é possível indagar: Se hoje o poder de algumas organizações já extrapola o poder político e econômico de alguns Estados-Nação, em que posição estarão as organizações quando cada indivíduo ou suas coletividades identificarem a ação corporativa como o oásis da ética, voltada ao bem comum, e sua presença como sinônimo de bem-estar social e controle dos problemas comunitários? Talvez isto torne as comunidades mais tolerantes aos abusos cometidos por empresas que financiam hospitais, escolas, estradas, etc.

Neste sentido, a empresa passaria de provedora de bens materiais à provedora de bem-estar social e guardiã do bem comum, cabendo-lhe a decisão quase soberana de definir o que deve, ou não, ser feito para a humanidade. A imagem a seguir poderia ser pensada, talvez, como a concretização visual destas questões, metáfora do lugar de centralidade, domínio e totalidade que as organizações privadas contemporâneas assumem na vida do ser humano. Imagem metafórica que remete ainda à idéia de *indissociação*, de relação íntima, indivisível e vital, mas artificial, que se cristalizou entre homens e organizações, mas sempre resguardado o lugar de dominação da última sobre os indivíduos.

Figura XIII – Centralidade das Organizações



Fonte: Revista *Veja*, Jan / 2005.

Entretanto, assim como os autores acima citados, o presente estudo não pretende negar que haja benefícios sociais decorrentes da RSE, mas considera importante a reflexão quanto à necessidade de delimitação do poder das organizações e do fator econômico sobre o que Ramos chamou de vida humana associada (BARBOSA e ENRIQUEZ *apud* SCHROEDER, 2004), para que não permaneça em silêncio benevolente essa revolução que as empresas estão provocando na sociedade através do discurso da ética.

Como alternativa ao atual modelo centralizador do paradigma de mercado, há a Teoria da Delimitação dos Sistemas Sociais (TDSS), de Alberto Guerreiro Ramos (1981), que propõe um modelo social multidimensional, onde o mercado é visto como legítimo e necessário, mas limitado e regulado, devendo existir espaço para outras organizações que não apenas as do setor privado e, dentro desta visão, o homem é a prioridade. Além disso, nesta proposta, é necessária a atuação do governo, enquanto regulador e capaz de formular / implementar políticas distributivas para harmonizar a coexistência de diversos tipos de organizações, evitando superposições.

Assim, entendidas as preocupações quanto à expansão do poder do setor privado, este autor não descarta a possibilidade de que as próprias ações de RSE sejam, de fato, a concretização de uma delimitação do seu poder, desde que a sociedade esteja atenta a isso, de modo a não legitimar o lugar das empresas como únicas provedoras do bem comum e dos valores.

V PROPOSTA METODOLÓGICA

5.1 Análise dos Discursos dos Sujeitos Coletivos (DSC)

O presente estudo caracteriza-se por realizar uma abordagem qualitativa com o desenho de um caso descritivo, a partir da metodologia da análise do discurso do sujeito coletivo, aportado no referencial teórico da Teoria das Representações Sociais.

A metodologia de Análise dos Discursos dos Sujeitos Coletivos (DSC), a partir de uma fundamentação teórica na Teoria das Representações Sociais, pressupõe a importância dos significados atribuídos pelos sujeitos às coisas, tornando esta metodologia adequada a estudos em Ciências Sociais devido às características do seu objeto – o homem –, o qual, diferentemente do objeto das Ciências Naturais, tem o seu próprio ponto de vista e sua interpretação sobre a realidade; é capaz de pensar o seu próprio pensamento e inventar as regras de inventar os objetos, bem como devido às características dos fatos sociais que são históricos, irreproduzíveis e não passíveis de serem submetidos a uma objetividade total (DAMATTA, 1997).

Assim, nesta escolha trata-se da intenção de alcançar e explicitar a subjetividade intrínseca às coletividades humanas. Subjetividade que não se opõe à subjetividade individual, mas que está nela entrelaçada.

O conceito de subjetividade deve ser entendido aqui, não como inserido apenas em uma definição pessoal, individual e psíquica de cada um, muito menos em oposição com a objetividade do mundo externo, público, racional. Além disso, não se propõe a uma idéia dicotomizada entre individual e coletivo, demarcando espaços não interligados ou sem conexão.

Segundo Fontanella (*apud* NETO, 2001), a subjetividade se constrói tanto individual quanto coletivamente, visto que cada sujeito traz a impressão dos fatos

dos quais participa e dos acontecimentos que o cercam, contribuindo para a construção que a sua coletividade faz da realidade. Esta autora acrescenta ainda que a experiência coletiva dá “ênfase e substância à ação humana (elevando, com isso, a realidade ao *status* de) contexto produtor e formador da subjetividade” (MOREIRA NETO, 2001, p. 115).

Assim, embora a apreensão da realidade do mundo ocorra a partir da perspectiva de cada sujeito, de cada subjetividade, a sua percepção será de certa forma “moldada” por uma diversidade de possibilidades externas, as quais estão relacionadas aos contextos sociais e culturais em que os indivíduos estão imersos, conforme explicita Fontanella, “a realidade é uma só. As nossas condições de acesso a ela são as nossas, portanto, são subjetivas, nossas, e não absolutas” (FONTANELLA *apud* MOREIRA NETO, 2001, p. 116)

Neste sentido, pode-se afirmar que o resgate da subjetividade para a pesquisa qualitativa é o elo para com a compreensão da especificidade da ação humana em sociedade (MACEDO, 2000), haja vista que o social encontra-se articulado como o plano das relações e a subjetividade é, ela própria, “parte integrante da singularidade do fenômeno social” (MINAYO, 2000, p. 23) e se constitui através de um processo social, mas a partir da experiência humana tanto coletiva quanto individual (MOREIRA NETO, 2001).

Em consonância com estes autores, Macedo também considera que para apreender o social é importante defini-lo sob um prisma subjetivo, uma vez que a comunicação não é apenas um ato de transmitir ou compreender, pois representa a “configuração subjetiva do vínculo com o outro” (REY *apud* MACEDO, 2000, p. 83) e ocorre em uma dimensão simbólica impregnada de significações individuais e coletivas.

Isto implica necessariamente em considerar o homem como sujeito de um estudo em que é, ao mesmo tempo, o próprio objeto. Implica ainda concordar com o fato de que o objeto das Ciências Sociais é complexo (MINAYO, 2000; DAMATTA, 1997), “contraditório, inacabado e em permanente transformação” (MINAYO, 2000, p. 26), havendo sempre identidade entre o sujeito e seu objeto de investigação. Do mesmo modo que os grupos sociais são mutáveis e todas as construções do homem são provisórias, em constante dinamismo e, ao menos potencialmente, “tudo está para ser transformado”(MINAYO, 2000, p. 26). Neste sentido, os indivíduos e os

grupos, além dos pesquisadores, participam analiticamente da autoria do seu tempo histórico.

A escolha pelo desenho qualitativo responde à necessidade, nesta pesquisa, de incorporar a questão do significado e da intencionalidade considerados como “inerentes **aos atos, às relações e às estruturas sociais**” (negrito da autora) (MINAYO *apud* LEFÈVRE, 2000, p. 15) e, no caso das estruturas, sendo tomadas no seu advento e na sua transformação, como significativas construções humanas.

Além disso, o significado e a intencionalidade ocupam posições centrais em uma pesquisa social que pretende utilizar metodologia qualitativa, o que irá aparecer de forma muito mais clara nos discursos dos sujeitos, independente de qual seja a forma de coleta destes discursos: “frutos de depoimentos coletados em entrevistas ou estejam eles presentes em artigos de jornais, revistas, etc” (LEFÈVRE, 2000, p.15).

O estudo de corte qualitativo destina importante espaço aos discursos dos sujeitos; assim, é possível que seja alcançado um aprofundamento da compreensão quanto aos campos sociais e aos sentidos que contêm, visto que o conteúdo dos discursos aponta para uma teia de significados, rede simbólica dificilmente captada em estudos de corte quantitativo, onde o discurso é, em geral, reduzido a relações estatísticas (LEFÈVRE, 2000).

Entende-se com isso que o objeto de conhecimento das Ciências Sociais não se permite revelar apenas em números, o que, no entanto, não invalida desenhos quantitativos, por ser recomendável a diversificação nas abordagens para complementaridade na explicação da realidade (MINAYO e SANCHES *apud* LEFÈVRE, 2000, p. 16). A pesquisa qualitativa é tida aqui não como oposta à pesquisa quantitativa, mas como uma opção metodológica para alcançar o que, no ser humano, os números não alcançam.

Segundo Minayo (2000), toda pesquisa social deveria conter o aspecto qualitativo enquanto característica básica do seu objeto, de modo a apreender a complexidade inerente às relações sociais.

Desse modo, foi uma premissa neste estudo a idéia de que é possível produzir conhecimento legítimo baseado não apenas em conhecimento prévio existente sobre o tema, nem somente em conhecimento cujo resultado está relacionado a um número estatisticamente representativo de uma dada coletividade (LEFÈVRE, 2000). Mais que isso, realizar pesquisa científica qualitativa implica que

o pesquisador dispense-se do conhecimento prévio sobre o tema (LEFÈVRE, 2000), chegando ao campo sem (pré) conceitos para então construir as categorias de análise a partir dos conteúdos expostos pelos indivíduos informantes; isso explica a utilização, neste estudo, de entrevistas semi-estruturadas em detrimento de questionário fechado, de perguntas fixas e previamente estabelecidas.

Neste sentido, o conteúdo expresso pelos informantes ao longo da coleta de dados é que permite construir as categorias de análise, que subsidiam a interpretação dos mesmos, o que está demonstrado, a seguir, nos procedimentos metodológicos e que pode ser confirmado na análise dos discursos encontrada no capítulo 'Resultados', em que pode ainda ser verificado que o percurso seguido neste estudo permitiu encontrar o conjunto de representações que compõem a rede simbólica da coletividade estudada (LEFÈVRE, 2000, p.13).

Trabalhar com as representações sociais de uma coletividade significa entender que o conjunto de respostas formuladas por cada informante gera um discurso ou um pensamento encadeado discursivamente sobre o tema e o conjunto dos discursos leva às representações sociais da coletividade ou à rede simbólica que o grupo formula sobre o tema estudado (LEFRÈVRE, 2000).

Justifica o uso desta metodologia, neste estudo, o fato de que se considera que destinar espaço aos discursos dos atores sociais permite aprofundar a compreensão quanto aos sentidos que os campos sociais comportam.

5.2 Teoria das Representações Sociais

Neste estudo, a teoria das Representações Sociais é tomada como referencial teórico que embasa os procedimentos metodológicos por se considerar que suas premissas permitem compreender o processo pelo qual os indivíduos constroem imagens psíquicas sobre a realidade, desde os aspectos mais individuais e psicológicos aos socialmente determinados.

Segundo Oliveira (2005), em Moscovici, representação social é entendida como “uma modalidade de conhecimento particular que tem por função a elaboração de comportamentos e a comunicação entre indivíduos” (MOSCOVICI *apud* OLIVEIRA, 2004, p. 47).

Em Macedo (2000), a noção de representação social é colocada como um conceito *híbrido* na interface entre o psicológico e o social. Lefèvre (2000) afirma ser

legítimo conceber as representações sociais como “a expressão do que pensa ou acha determinada população sobre determinado tema”.

[...] nós, sujeitos sociais, apreendemos os acontecimentos da vida corrente (...) Dessa forma, as representações estão orientadas para a comunicação, a compreensão e o “domínio” do ambiente social, material e ideal.(...) o ato de representação é um ato pensado, pelo qual um sujeito reporta-se a um objeto. Trata-se de um conteúdo cognitivo concreto de um ato pensado, que se liga simbolicamente a alguma coisa [...] (MACEDO, 2000, p. 80).

Minayo (1997), no entanto discorda deste e, ao tratar a questão das representações sociais, salienta a complexidade do conceito que, segundo ela, tem elementos conscientes e inconscientes, ou seja, embora sejam expressas por atores sociais que lhes atribuem significados aparentemente particulares, as representações sociais são, na verdade, reinterpretações que cada indivíduo ou segmento específico da sociedade faz sobre concepções marcadas pela ideologia dominante quanto à realidade, o que é, ao mesmo tempo, produzido e absorvido por cada sujeito nos seus respectivos grupos.

Em seu texto, Oliveira (2004) aponta a importância que Moscovici atribui aos aspectos individuais e sociais da construção de uma representação social, seja de um objeto ou de qualquer conceito a que os indivíduos sejam convidados a conviver e repartir com outros.

Assim, representar um objeto implica fazer sua re-constituição, re-interpretando-o a partir do social, mas com a participação ativa de cada sujeito, que também imprimirá sua significação própria na construção da representação social do objeto. Representar é, então, conhecer, tornar significante, fazer o objeto representado integrar o universo simbólico pessoal.

Como já foi dito no item 2.3, onde se discutiu a dimensão simbólica em que estão inseridos os sujeitos e todas as suas construções sociais, para apropriar-se de uma representação social de um objeto, o sujeito realiza um processo de circunscrição, de modo a apreender psicologicamente este objeto. Processo que é atravessado pela dimensão simbólica da linguagem, a qual, por sua vez, entrelaça os indivíduos em relações interdependentes. Dessa maneira, ao apreender uma representação social de um grupo, cada sujeito colabora para re-interpretar e re-construir esta representação.

Obviamente, fica implicado nesta concepção que as representações sociais não são estanques, imutáveis, do mesmo modo que não o são as culturas e demais

fenômenos humanos. Estão em constante reconstrução, influenciando indivíduos e grupos nas relações que estabelecem entre si.

Assim, se for seguida a concepção de Moscovici, será entendido que os homens não são passivos, nem máquinas indiferentes que registram mensagens e reagem automaticamente a estímulos exteriores, mas possuem o “frescor da imaginação e o desejo de dar sentido à sociedade e ao universo a que pertencem” (MOSCOVICI *apud* OLIVEIRA, 2004, p. 48), ou seja, cada sujeito é ativo no processo de elaborar uma representação social, o qual implica uma recomposição do objeto em um contexto de valores, normas e regras.

Considerando assim tais aspectos, a representação social não é um equivalente à simples opinião individual, pois cada elemento das Representações Sociais é reinterpretado pelo grupo, influenciando toda a formação de conceitos do indivíduo. E, ainda que se valorize o componente individual da re-interpretação que cada sujeito faz das representações sociais que sua coletividade engendra, a representação social não pode ser confundida com idéia pessoal, pois diz respeito a um determinado grupo a que um indivíduo informante em uma pesquisa está inserido e é somente por isso que “é capaz de revelar a natureza contraditória da realidade” (MINAYO, 1997, p. 32).

Por sua vez, a reinterpretação de grupo contará sempre com a contribuição individual dos seus membros, por participarem de vários grupos concomitantemente, bem como terá “um viés cultural de gênero, de idade, de pertinência a determinado país, grupo étnico etc” (MINAYO, 1997, p. 32). É, mais uma vez, a Minayo que se recorre para ratificar esta idéia:

[...] Embora se possam reinterpretar de alguma forma, essas concepções são uma mistura das idéias filosóficas de nosso tempo, uma mistura do próprio senso comum que é elaborado através da experiência dos diversos grupos sociais, vivenciadas no plano das contradições. Por isso, nossas representações sociais, nossas concepções sociais são capazes de revelar a natureza contraditória da sociedade em que vivemos, do grupo social que freqüentamos e, de certa forma, representamos [...] (MINAYO, 1997 p.32).

Assim, pode-se falar que as representações sociais, quando vivenciadas por indivíduos numa mesma experiência social (a exemplo do interior de uma organização) ou condição, formam um imaginário social, o qual pode ser capturado através dos discursos apresentados por cada coletividade. Isto se explica pelo fato

de que, em um grupo, pode haver vários discursos concomitantes e entrelaçados sobre a realidade, sem que, com isso, este deixe de se configurar enquanto grupo.

Neste sentido, os indivíduos não elaboram ou redefinem necessariamente idéias, quer sejam sobre o mundo, sobre a família, sobre o trabalho ou sobre qualquer outra questão. Estas são histórica e socialmente definidas (MINAYO, 1997).

Considera-se, pois, que realizar esta pesquisa com trabalhadores no interior da organização em que atuam, implicará um estudo de inspiração etnográfica, um estudo da cultura, onde o pesquisador, enquanto etnógrafo, poderá encontrar significações para o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial a partir das representações sociais e discursos expressos pelos trabalhadores.

Porém, importante salientar que as representações sociais não são um correspondente literal nem do real, nem do ideal, sendo, na verdade, produto de um processo relacional entre sujeito e objeto (MACEDO, 2000). Sujeito neste caso como produtor de sentido, ao exprimir em suas representações o sentido que ele próprio dá à sua experiência no social.

Diante deste contexto, esta pesquisa investigou quais representações sociais e discursos são apresentados pelos trabalhadores quanto à Responsabilidade Social da organização em que trabalham, que se caracteriza como empresa de grande porte do setor industrial. Assim, pretendendo encontrar os sentidos e significados que o grupo atribui à responsabilidade social na empresa, foi feita tentativa de capturar, a partir daí, um reflexo do imaginário social, o qual é fundante das instituições humanas e campo fértil para etnopesquisa, desde que o pesquisador esteja preparado para escutar e atento aos significados trazidos pelos sujeitos (MACEDO, 2000).

Motivou esta pesquisa a premissa de que realizar estudo de inspiração etnográfica com trabalhadores no interior da organização em que atuam, implicaria um estudo da cultura, onde o pesquisador, enquanto etnógrafo, poderia encontrar significações para o fenômeno da RSE a partir das representações sociais e discursos expressos pelos trabalhadores.

Diante do exposto, considerou-se que a abordagem baseada na representação social seria o aporte teórico que permitiria o entendimento e decifração dos discursos do sujeito coletivo, entendendo-se aqui como

representação social aquilo que expressa a percepção dos atores quanto à realidade que os circunda.

5.3 Procedimentos Adotados

Conforme já abordado, coube ao pesquisador construir as categorias de análise somente a partir das categorias e representações explicitadas pelos informantes da pesquisa. Vale ressaltar, no entanto, que tais categorias não foram definidas pelo pesquisador, mas extraídas do conteúdo das entrevistas realizadas com os trabalhadores.

Entretanto, algumas dimensões e indicadores nortearam as abordagens e permitiram a construção de um roteiro para as entrevistas semi-estruturadas de coleta de dados. A opção por este tipo de entrevista como técnica e instrumento decorre da consideração de que, conforme afirma Quivy (1998), estas são adequadas a encontrar o(s) sentido(s) que os atores sociais dão às suas práticas, bem como permitem favorecer ao informante a liberdade necessária à sua espontaneidade na exposição das suas idéias e opiniões, sem deixar de valorizar o papel do pesquisador na condução dos relatos individuais (TRIVIÑOS, 1995).

Este procedimento colaborou para a busca da interpretação do texto fornecido pelos entrevistados acerca do tema estudado e para a construção das categorias de análise que subsidiaram a interpretação desses dados. Pois, conforme diz Lefèvre (2000), somente deste modo pode ser encontrado o conjunto de representações que compõem a rede simbólica de um grupo.

Foram entrevistados trabalhadores da organização até ser observada repetição ou recorrência dos discursos e representações sociais que apontavam o provável alcance do ponto de saturação³³ do sentido e onde não foram encontradas novas percepções ou novos discursos (GASKELL, 2002). As entrevistas foram gravadas, mediante consentimento assinado pelos informantes (Apêndice II).

Os entrevistados são funcionários efetivos da empresa há, no mínimo, seis meses, tempo que foi estabelecido para que pudessem ter tido oportunidade de conhecer o cotidiano e a dinâmica da empresa e vivência concreta das suas

³³ 'Ponto de saturação' significa chegar a um ponto em que novos discursos ou novas representações não são encontrados, independente do tamanho da amostra. Ou seja, é o ponto em que todos os discursos existentes no grupo foram descritos e novos entrevistados apenas repetem as categorias já explícitas.

posturas no campo da Responsabilidade Social, dentro das três possibilidades de ações socialmente responsáveis (comunidade / ambiente / trabalhadores).

As entrevistas foram realizadas nas instalações da empresa, durante o horário de expediente, por preferência dos trabalhadores contatados, o que se mostrou um fator complicador durante a pesquisa, porque parte dos trabalhadores dispunha de tempo restrito para os contatos. Exceção para dois entrevistados que optaram por conversar fora da fábrica.

A pesquisadora escolheu os trabalhadores seguindo os seguintes critérios: gênero, escolaridade, área de atuação dentro da empresa (administrativo ou operacional), vínculo empregatício, tempo de contratação, cargo e setor de atuação, de modo que a amostra fosse representativa em relação ao perfil dos trabalhadores que compõem o quadro funcional.

Não foram entrevistados trabalhadores terceirizados por ter sido considerado que a rotatividade de pessoas com este tipo de vínculo empregatício seria maior, o que dificultaria o conhecimento das práticas de RSE por parte dos mesmos.

Foram contatados dezenove trabalhadores, dos quais quatro se esquivaram de participar da pesquisa. Dos demais, duas entrevistas foram descartadas, porque os primeiros contatos foram breves e não permitiram capturar as representações e discursos sobre o tema, não tendo sido viável fazer outras entrevistas, já que os trabalhadores não foram localizados para dar continuidade às mesmas. Ambos são trabalhadores em regime de turno de trabalho variável e não compareceram nos dias agendados para o 2º contato.

O conteúdo da entrevista de um sétimo trabalhador foi descartado porque, ao final do contato, ele esclareceu que era “funcionário” da empresa, mas sua carteira era “assinada” por uma prestadora de serviços. A tabela VI descreve, de forma sucinta, o perfil das pessoas entrevistadas.

Tabela VI: Perfil dos Trabalhadores Informantes da Amostra

Nome Fictício do Trabalhador	Sexo	Idade	Área de Atuação	Escolaridade	Voluntário
Rebeca	F	50	Administrativo	Superior	Sim
Deolindo Rangel	M	38	Operação	Técnico profissionalizante	Não
Roger	M	54	Administrativo	Superior	Não
Carvalho	M	36	Operação	Técnico profissionalizante	Não
Neuza Dantas	F	29	Administrativo	Pós- Graduação	Não
Zé Roque	M	53	Gestão / Administrativo	Superior	Não
Miguel Araújo	M	33	Administrativo	Superior	Não
Cassandro	M	51	Coordenação operacional	Superior Inc	Sim
Gomes	M	33	Operação	Ensino Médio	Não
Onofre	M	44	Operação	Técnico profissionalizante	Não
Silva	M	39	Operação	Técnico profissionalizante	Não
Nascimento	M	42	Operação	Técnico profissionalizante	Não

O número de entrevistas foi variável, de acordo com a disponibilidade de tempo dos entrevistados para esgotar as questões em apenas um contato e da necessidade de esclarecer / aprofundar alguns aspectos com outros em contatos posteriores. Entretanto, a maioria dos trabalhadores foi entrevistada em dois momentos diferentes.

Além disso, as entrevistas seguiram percursos flexíveis de acordo com a disponibilidade dos entrevistados e surgimento de aspectos particulares a cada um, fazendo com que os pontos abordados fossem desvelados de acordo também com o ritmo e interesse do entrevistado. Embora tenham sido investigados em todas as entrevistas os pontos aqui destacados, à medida que novas representações surgiram, houve liberdade para incorporá-las ao roteiro, o que tornou necessário mais de um contato com os primeiros entrevistados.

Dessa forma, os achados foram analisados através da técnica de análise dos Discursos dos Sujeitos Coletivos, na qual, à medida que as representações expressadas pelos entrevistados se repetem, são agrupadas em blocos formando subgrupos de acordo com as representações que formulam, até que seja alcançado o ponto de saturação da significação e não sejam encontrados novos discursos.

Devido à sua configuração de estudo de caso descritivo, este trabalho não pretendeu realizar análise para concluir em qual (ou quais) postura(s) descrita(s) na literatura a organização se posiciona quanto à Responsabilidade Social, tampouco se propôs a avaliar as suas ações em RSE ou seus impactos para a sociedade ou para os trabalhadores, haja vista que, neste estudo, não houve pretensão de cumprir objetivos de natureza comparativa, apenas descritiva, para explicitar a visão de uma das partes interessadas – os trabalhadores – sobre a RSE da organização. Além disso, este trabalho limitou-se a citar as ações de RSE que a organização realiza, exceto quando houve avaliação e / ou comparação emitida por indivíduo informante dentro do grupo entrevistado.

5.4 Lócus do Estudo

O lócus escolhido para investigação foi uma empresa privada do setor industrial, localizada no Pólo Petroquímico de Camaçari, município de Camaçari, no Estado da Bahia, pertencente a um grupo nacional de empresas com atividades

industriais diversificadas. Exporta sua produção para outros países do Mercosul, Europa, Ásia e América do Norte, sendo 60% vendidos no Brasil e Mercosul e 40% para os demais.

Trata-se de empresa de sociedade anônima de capital aberto, brasileira, construída em 1979, categorizada como de grande porte tanto pelo seu número de trabalhadores – em torno de mil e oitocentas pessoas, sendo mais de 900 efetivos e mais de 800, terceirizados³⁴ – quanto por sua Receita Bruta anual, acima de um bilhão de reais.

Considerou-se esta empresa como indicada aos objetivos deste estudo por desenvolver projetos na área de Responsabilidade Social Empresarial dentro da filosofia do Instituto ETHOS e por envolver seus trabalhadores ativamente em um destes projetos, o qual está dirigido à prestação de serviços para as comunidades circunvizinhas.

A empresa torna pública a crença em sua função social e sua preocupação com a educação e a cidadania, tendo obtido prêmios ambientais (2002, 2003) e de cidadania corporativa (2002). Informa estar atenta às demandas sociais vindas da comunidade e empenhada, há vinte anos, em melhorar a qualidade de vida da população das cidades vizinhas, com projetos de voluntariado e incentivo ao exercício da cidadania para os trabalhadores, bem como projeto de apoio às necessidades das comunidades na área de educação, saúde e outros que são patrocinados pela empresa e implementados em parcerias com as prefeituras dos municípios e participação dos cidadãos atendidos.

Em seu Balanço Social de 2004, a empresa explicita, resumidamente, as posturas e formas de relacionamento reunidas no Código de Ética e Conduta, as quais descrevem os comportamentos e as atitudes que devem ser observados por todos os empregados nas relações com os demais colegas, fornecedores, parceiros e clientes. Ainda nesse documento define a concepção de ética, presente no código: *“se baseia na liberdade de cada um, fundamentada no respeito aos direitos e à liberdade de seu semelhante”*, assim como o que é entendido como ética na empresa:

³⁴ Desde 2004, a empresa iniciou processo que chama “primeirização” da força de trabalho terceirizada da área de informática, passando os trabalhadores deste setor a serem incorporados ao quadro de efetivos da organização.

“[...] deve refletir a promoção e a defesa do bem comum, fazendo parte, de forma efetiva, das atitudes e comportamentos das pessoas, até o ponto de tornar-se parte das crenças pessoais de cada um” [...] ⁽³⁵⁾

Os projetos em Responsabilidade Social descritos pela empresa são:

- **Programa de Apoio à Comunidade**

Visa ao desenvolvimento das comunidades localizadas em seu entorno, através da implementação de projetos de apoio comunitário nas áreas de saúde, educação, realizados após pesquisas de levantamento de expectativas e de necessidades junto aos grupos beneficiados.

As ações realizadas pela empresa incluem a construção de escolas para três municípios vizinhos, sendo mantido beneficiamento até os dias atuais através da oferta de materiais para os alunos e patrocínio de reformas estruturais nestas unidades escolares.

- **Programa de Voluntariado**

Programa coordenado pela empresa para incentivo à participação dos funcionários em atividades de voluntariado em prol de instituições públicas e instituições nos municípios vizinhos à organização e em instituições da cidade de Salvador. A empresa identifica como responsabilidade do setor da empresa que coordena o programa, as seguintes ações:

[...] 1. Criar mecanismos para estimular os empregados da (nome da empresa), empregados de terceiros e as contratadas a se integrarem a essa prática; 2. Cadastrar os voluntários da (nome da empresa), identificando habilidades pessoais e profissionais; 3. Identificar e cadastrar as oportunidades, especialidades e carências nas comunidades; 4. Promover / estimular o “entrelaçamento” entre os dois cadastros anteriores; 5. Desenvolver ambiente propício à sinergia, apoiar, patrocinar, etc, todos os projetos sociais “gerados” pelos citados entrelaçamentos; 6. Orientar os voluntários para melhor realizar as atividades e sempre solicitar a divulgação do nome da Empresa quando de execução das ações.[...] (FOLDER DA EMPRESA DE DIVULGAÇÃO DO PROGRAMA)

³⁵ Embora esteja entre aspas e tenha sido retirado de material de divulgação da empresa, assim como outras informações também retiradas de material de divulgação da empresa presentes neste estudo, não será feita citação da fonte devido ao compromisso firmado entre esta pesquisadora e a empresa para total sigilo quanto ao nome e aspectos da empresa que eventualmente venham a colaborar para identificá-la publicamente.

A organização informa, em material de divulgação do Programa, que este se apóia na Lei de Voluntariado de 18/02/1998, a qual dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências. Registra-se aqui parte do texto da Lei:

[...]Art. 1º – Considera-se serviço voluntário, para fins desta Lei, a atividade não remunerada, prestada por pessoa física, entidade pública de qual natureza ou instituição privada de fins lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade.

Parágrafo único – O serviço voluntário não gera vínculo empregatício, nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

Art. 2º – O serviço voluntário será exercido mediante a celebração de termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, dele devendo constar o objeto e as condições do seu exercício [...] (DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, 1998).

Hoje, aproximadamente, cem colaboradores participam de ações voluntárias em creches, asilos e escolas com atividades que vão desde a captação de recursos à docência para crianças, organização de festas e de campanhas de arrecadação de donativos e brinquedos.

Algumas ações têm apoio financeiro da empresa, além de disponibilização de estrutura para organização dos eventos (instalações; materiais, profissionais em horário de trabalho dentro da empresa).

Segundo material de divulgação da própria organização, esse Programa tem por objetivo o estímulo à prática de cidadania dos empregados, com vistas a promover o desenvolvimento das comunidades atendidas, bem como para motivar o crescimento da responsabilidade social e fortalecer o nome e imagem da empresa como empresa cidadã.

Além disso, a empresa torna públicas algumas condições prévias para aqueles que desejam realizar estas atividades: “deverão ocorrer preferencialmente fora do horário de trabalho, não interferindo na rotina funcional das pessoas envolvidas”, embora a empresa disponibilize parte da carga horária mensal destes para o voluntariado (desde que até o máximo de oito horas mensais para cada colaborador voluntário), sempre após acordo junto à chefia e cadastro junto à divisão de gestão de pessoal.

▪ Programa de Agentes Ambientais

Partindo do princípio de que sua atividade produtiva pode gerar poluição atmosférica eventualmente, gerando incômodos às comunidades em seu entorno, a empresa realiza este programa focado em educação e conscientização do público interno e comunidades circunvizinhas de modo a gerenciar impactos sócio-ambientais.

O Programa prevê a participação ativa das comunidades, para antecipar riscos de acidentes por emissão de gases ou vazamento de qualquer outro agente químico produzido pela empresa. Assim, aos primeiros sinais de risco para situações de vazamento ou outros problemas, pessoas da comunidade treinadas pela empresa fazem contato com esta relatando em detalhes os sinais de perigo de acidentes, agilizando uma atuação mais eficiente e precisa por parte das equipes de manutenção e segurança.

Estas pessoas, chamadas de “Agentes Ambientais” (total de 20), são membros das comunidades: professores, líderes comunitários ou estudantes que, após capacitação na organização, passam a exercer papel de fiscal ambiental fora da empresa. Além da capacitação, recebem um *Kit* (celular, máquina fotográfica, filmes, boné, caderneta) que permite comunicação rápida e direta com os setores importantes da empresa para o trato das questões de segurança e meio ambiente, além dos telefones e nomes de contatos da CETREL (empresa do Pólo que gerencia o monitoramento da qualidade do ar, bem como atua com tratamento de dejetos industriais) e do COFIC (Comitê de Fomento Industrial de Camaçari).

VI RESPONSABILIDADE CORPORATIVA: PERCEPÇÃO DOS TRABALHADORES

Dentro da análise de resultados realizada, foram encontrados cinco discursos referentes às concepções existentes na organização quanto ao que seja RSE, os sentidos e significados atribuídos pelos trabalhadores, e que objetivos identificam para que a organização realize ações de RSE. Nestes discursos, os trabalhadores apontam quais problemas sociais e ambientais consideram que podem ser minimizados ou resolvidos pela atuação da empresa. Os discursos encontrados são abordados mais detalhadamente neste capítulo, mas foram resumidamente explicitados na tabela I (Introdução).

6.1 Discursos

▪ Discurso I

Neste discurso, a Responsabilidade Social Corporativa é concebida como sendo ações da empresa voltadas ao benefício da comunidade (escolas, creches, emprego, educação), do meio ambiente e dos trabalhadores. Com relação a estes, estão englobados como ações de RSE os cursos / treinamentos, ações de segurança, atenção em casos de acidentes de trabalho, campanhas beneficentes, **festas de confraternização**, **atividades para integração** entre funcionários, e **atenção à família** dos funcionários. Os itens em negrito estão exemplificados no depoimento a seguir:

–“Eu creio que os benefícios que as empresas oferecem...aos seus próprios funcionários, aos seus familiares.... integração, por exemplo, no Natal, no Dia das Crianças... (os) benefícios...a assistência médica da empresa ... (para) os empregados afastados... cuida da saúde do trabalhador... cuida da segurança do

meio ambiente, ela procura integrar todos esses funcionários...isso é responsabilidade social.” (REBECA)

A maioria dos entrevistados disse conhecer as propostas e programas de RSE da empresa, mas engloba, no que entende por Responsabilidade Social, questões das mais variadas, sendo percebido, inclusive, que alguns trabalhadores mostram representações de mais de um dos discursos categorizados, o que parece sinalizar que a percepção quanto ao que está implicado na expressão RSE não está muito clara para estes trabalhadores, como pode ser verificado ao comparar o relato anterior com o que está a seguir, do mesmo indivíduo informante:

– “...é a responsabilidade que a empresa tem...perante a toda a sociedade, aos vizinhos, aos funcionários, a fornecedores, clientes...Socialmente responsável é a empresa que se preocupa não somente com a produção... ela se preocupa também com os empregados, se preocupa com os vizinhos. Se uma empresa respeita as pessoas como pessoas, respeita a vizinhança... sempre apoiando as comunidades vizinhas, levando uma série de benefícios pra essa vizinhança através de uma série de programas...” (REBECA)

Neste trecho de sua entrevista, a concepção de RSE fica mais próxima da noção proposta pelo Instituto Ethos, pois ela acrescenta elementos (estabelecimento dos itens ‘respeito e apoio’ como necessários ao relacionamento da empresa com vizinhos e trabalhadores, bem como a idéia de que na RSE há “preocupação não apenas com a produção”) à noção de responsabilidade corporativa que estão fora da idéia anterior que contemplava algumas questões de caráter obrigatório (cumprimento de normas de segurança) e outras de caráter gerencial referentes a trabalhos motivacionais e de integração de equipe, os quais não participam do escopo da discussão atual acerca da RSE.

Ainda na categorização deste discurso, vê-se a idéia de que a RSE (enquanto festa de integração, Natal, Dia das Crianças, etc) promove a satisfação dos funcionários, fazendo-os ficar mais motivados, mais comprometidos e “mais responsáveis” para com os processos da organização:

– “Ela (empresa) se beneficia. O retorno de um empregado, de um vizinho, de clientes, de parceiros bem motivados e satisfeitos plenamente com a empresa, com o negócio da empresa, é lógico que ela tem um retorno muito grande. Custo benefício é, assim, extraordinário!” (REBECA)

De modo similar, as ações voltadas às comunidades vizinhas também promovem a satisfação destas para com a empresa, além de mais uma vez atingir a satisfação dos funcionários, os quais moram nestas cidades e têm os próprios filhos e parentes beneficiados pelos projetos.

Esta interpretação, por parte dos trabalhadores, quanto ao que a RSC promove reporta à discussão de Wood Jr. (2000) sobre as Organizações de Simbolismo Intensivo, trazida nesta dissertação no capítulo IV, subitem 4.4.2 – Responsabilidade Social Empresarial: Marketing e Moda Gerencial – quanto ao controle que as empresas exercem sobre os trabalhadores através de um modelo de gestão onde as pessoas são capturadas por símbolos e retórica organizacional, pois acabam por se identificarem e se unirem aos valores, propósitos e metas da empresa, e menos por posturas coercitivas por parte dos gestores. Como se ratifica na fala de um dos trabalhadores:

– *“Eu acho que a satisfação dos empregados das empresas que atuam na responsabilidade, atuam na defesa do meio ambiente, atuam na vizinhança... Eu acho que o clima é muito mais saudável. A gente vê estampado nas pessoas, entende? Eu acho que a pessoa tem uma satisfação maior, um orgulho maior por trabalhar numa empresa... ajuda na educação deste País.! Eu tive a oportunidade de ver um depoimento do vizinho que não trabalha lá, que não tem nada a ver com lá, mas que a nossa empresa tá ajudando. Ele se sente responsável, se sente identificado com aquilo !” (ZÉ ROQUE)*

Também a maioria dos entrevistados, inclusive aqueles que apresentam outros discursos, considera que as práticas implementadas em prol da sociedade não terão impacto tão significativo para as condições de vidas das comunidades externas beneficiadas pelos programas de responsabilidade desenvolvidos pela empresa, mas se justifica a manutenção destas iniciativas devido à grande carência econômica e social das comunidades circunvizinhas.

– *“Quando você mantém o corpo de trabalhadores próximo das fábricas isso é responsabilidade social. Você não tá buscando pessoas em outro Estado...tá sempre buscando dentro do seu próprio Estado, tá sempre melhorando as pessoas dando uma oportunidade de crescimento.” (SILVA)*

Neste sentido, os trabalhadores consideram que oferecer emprego às pessoas que moram nas cidades circunvizinhas é uma forma de a empresa ser

socialmente responsável, porque estará ajudando pessoas muito carentes. Apesar de a formulação dos trabalhadores ter uma conotação de ajuda e caridade da organização para com a vizinhança, esta prática apontada por eles poderia ser pensada como uma prática efetiva de RSE dentro da conceituação estabelecida pelo Ethos, e talvez favorecer a geração de emprego e renda em uma região, o que poderia ser incorporada ao escopo da Responsabilidade Corporativa.

– *“Eu acho que é muito de responsabilidade social de uma empresa empregar as pessoas da região e não trazer de fora. Eu acho que tudo isso aí faz parte”* (CASSANDRO)

– *“...Acho que ela (empresa estudada) poderia pegar pessoas qualificadas dentro dessas comunidades e ajudar. Taria fazendo um grande trabalho social...”* (MIGUEL ARAÚJO)

Ao mesmo tempo, esta afirmação é delicada e necessita de reflexão mais aprofundada para que não se caia na idéia gerencialista e liberal defendida por Drucker (ANSOFF e DRUCKER *apud* HAYDEL, 1989), de que as organizações, ao iniciarem suas atividades produtivas, já estão automaticamente realizando RSC. De qualquer forma, a posição dos trabalhadores de que a organização deve priorizar as pessoas que moram no entorno da fábrica ao realizar contratação de mão-de-obra é pertinente e legítima no sentido de que estas comunidades são as mais afetadas pela poluição gerada por seus processos de produção, conforme sinalizam alguns relatos:

– *“Tem de existir uma preocupação...de você atender a essas comunidades vizinhas, no sentido de **fazer com que a empresa seja um ponto de referência para elas, tá? E eliminar algumas seqüelas do nosso processo (que) é agressivo, né? ... o gás que você tá jogando lá para cima, ele vai cair numa comunidade dessas e aí queima uma planta ou cria um outro tipo de problema para as pessoas.**”* (ROGER)

– *“O maior problema de responsabilidade social que eu acho é o desemprego...onde a empresa poderia dar mais oportunidade às pessoas para trabalharem dentro da empresa ...fazer trabalho de jardinagem...talvez fosse melhor do que você dar ajuda financeira, comida....dá o peixe, mas não ensina a pescar”* (MIGUEL ARAÚJO)

Com algumas exceções, os trabalhadores apontam que não há ganhos / mudanças no que diz respeito às relações entre empregados e empregador, que

possam ser atribuídas à proposta da organização de se tornar empresa reconhecida como cidadã.

– *“Não vejo mudança pra os funcionários, só pra quem mora nas cidades que tem as atividades que a empresa faz (...) as pessoas não têm emprego, as escolas públicas são fracas...e a parte de saúde é ruim, pra quem não tem plano de saúde fica difícil.”* (GOMES)

Nesta categoria de discurso estão, de certa forma, misturados os conceitos de RSE e de filantropia ou ajuda, ao mesmo tempo em que a atuação corporativa voltada ao social é explicada pelo fato de a organização ser formada por pessoas e de que estas devem “ser boas” e “fazer o bem para o próximo”:

– *“A responsabilidade social tem um compromisso com o próximo ... ou seja, para a comunidade em si, que a comunidade tire algum proveito....algo que (a empresa) possa oferecer ao pessoal, de ensino, de alguma coisa assim, que a comunidade venha a tirar proveito disso...Eu sei que a empresa ajuda lá em Camaçari...com escola... que tem funcionário aqui que é voluntário...mas a empresa ajuda na comunidade...ajuda muito”* (GOMES)

– *“Eu acho que é imprescindível essa cadeia pra poder gerar a melhoria de pessoas que estejam em níveis inferiores.”* (REBECA)

Neste discurso, assim como nos demais, entende-se que dentro ou fora de uma organização, todos os atores (Estado, empresas, pessoas) podem colaborar para uma “melhoria na área social”. Mas é importante ressaltar a quase unanimidade de percepções de que apenas o Estado tem “obrigação” para com os problemas sociais. A atuação junto ao social é uma opção para os demais atores. Neste sentido, a organização não é responsabilizada no que diz respeito à melhoria da sociedade.

– *“...a grande responsabilidade deveria ser do governo... Eu acho excelente que as empresas tomem essa iniciativa de limpeza, de cuidado, de educação pra comunidade, mas ... Eu pago todos os meus impostos em dia e sou cobrada bastante e acho que isso deveria ser repassado para a comunidade em forma de serviços. Acho que seria de responsabilidade, sim, do governo. O problema é causado pelas grandes empresas...a solução, é claro que essas empresas que têm a participação. Mas antes de se instalar um empresa aqui, o governo deveria fazer exigências, limitações de alguma forma pra que não prejudique tanto o ambiente... O governo, porque é ele que permite, ele que fiscaliza, ele que regulamenta todas*

essas atividades. Então, ele que deveria ser responsável por tudo que acontece com o ambiente” (NEUZA DANTAS)

No que diz respeito aos problemas ambientais, o governo é visto como parceiro, co-responsável por atender a estas demandas, como órgão fiscalizador. As empresas estão postas como tendo obrigação de evitar e reparar os danos ambientais provocados.

– *“Ambiente é pra quem tá poluindo. Ela tem o processo na mão, então ela tem a tecnologia pra diminuir isso...Ela trabalha no sentido disso. É complicado. A (empresa estudada) é poluente mesmo, o processo dela é degradante, mas ela trabalha muito em cima disso(...) . Cumprindo a função até onde ela pode cumprir. Tem coisas que realmente não tem condições e aí o gás sai mesmo...”* (MIGUEL ARAÚJO)

▪ **Discurso II**

Neste discurso, a concepção de Responsabilidade Corporativa resume-se ao cumprimento de leis, principalmente trabalhistas (com pagamentos de salários em datas fixas “certas”), mas também a legislação ambiental e normas de segurança.

– *“Aqui a gente sabe que todo dia, na data, tá certo! e mais algumas outras coisas que, em termos de social tem: Documentação, bem-estar do funcionário... Acho que dessas que eu trabalhei, a que eu mais senti que tinha responsabilidade social foi a (x) e a (y) e com (relação) atraso de salário, pagamento.. Aqui, a gente não tem muito aquela coisa de que: “a empresa está em crise..”. (por), que nessas que eu trabalhei tinha isso”* (DEOLINDO RANGEL)

– ***“Ter responsabilidade com os funcionários, ter responsabilidade com a gente ...pagar no dia e assinar a carteira, que tem umas que fica enrolando, diz que vai atrasar porque não recebeu e a gente tem conta pra pagar..(...)aqui mesmo não tem isso, mas tem empresa grande que tem. Aqui, não tem esse problema, porque é tudo correto, carteira assinada certo, paga tudo certo, tem plano de saúde. Até agora, eu acho que a (Nome da empresa) cumpre, né? Pelo menos comigo e com os colegas que eu vejo”*** (NASCIMENTO)

Cumprir outros compromissos legais, mesmo que não estejam relacionados ao trabalhador, também é visto como Responsabilidade Social, como, por exemplo, pagar impostos:

– **“Responsabilidade social, na minha opinião, logo de início é pagar seus impostos, é tá em dias com essas coisas... principalmente isso: você contribuir com a sua parte pra que as pessoas tenham seus direitos assegurados.(...) Os direitos mais básicos.”** (CASSANDRO)

– *“A empresa procura pagar seus impostos em dia, procura gerar emprego na região, procura tratar bem das condições ambientais, tratar bem da água, não poluir a água, não poluir o ar e cumprir suas obrigações. (...) Acho que só em fazer a coisa certa, pagar seus impostos, ... já é um benefício grande”* (SILVA)

Os trabalhadores consideram que obedecer às normas e exigências de segurança é uma expressão concreta da responsabilidade social da empresa, protegendo a vida dos trabalhadores e das comunidades vizinhas contra acidentes. Mesmo quando referem que esta é uma obrigação legal das organizações, colocam-se como se fosse uma exceção o fato de uma indústria de grande porte agir desta maneira.

– **“Os trabalhadores, os seus vizinhos, as pessoas que estão ao redor da empresa, que estão ali perto. (Por) que você não pode poluir pra... danificar o ambiente em que aquelas pessoas vivem. Você não pode... Você se instalou naquele local, você tem de manter, pelo menos, manter aquele local como era, ou se possível melhorar, mas não piorar.”** (CASSANDRO)

– *“Tem de ter a responsabilidade social também porque tem que trabalhar seguro, sem acidente, todo mundo com farda ...Tudo isso é responsabilidade da empresa e das pessoas que trabalham com ela...eles têm responsabilidade muito grande, porque eles cobram as coisas e eles dão condições de ser cobrado aquilo que eles cobram. (...) tem o pessoal que cuida pra não ter acidente, pra não vazar gás...tem tudo direito.(...)”* (NASCIMENTO)

Entende-se aqui que exigir das empresas prestadoras de serviço o cumprimento das mesmas leis é uma expressão da “responsabilidade” da empresa estudada para com os trabalhadores terceirizados.

– **“A (empresa estudada) como responsável, ela faz com que as empresas que prestam serviços a ela sigam a mesma linha de pensamento que ela. Então, eu acho que isso é responsabilidade social. Lógico que não interessa a ela ter parceiros, ter fornecedores que não tenham responsabilidade com seu empregado, que ele não esteja na mesma linha de pensamento que ela.”** (REBECA)

– *“...tem que ter essa responsabilidade social de fazer os que não são fixos trabalharem direito... ela tem que ter também que pagar o INSS porque ... se tiver*

acidente? é uma grande responsabilidade....porque a parte de segurança quem não é fixo tem que ter muito cuidado igual a quem é fixo da empresa e a empresa que presta serviço... Porque a empresa que é responsável ela tem que cumprir o prazo para fazer o serviço da fábrica...mas tem de ter a responsabilidade social também porque tem que trabalhar seguro, sem acidente, todo mundo com farda ...Tudo isso é responsabilidade da empresa e das pessoas que trabalham com ela”. (NASCIMENTO)

É considerado pelos trabalhadores que a postura responsável da empresa melhora sua imagem junto às comunidades em seu entorno por protegê-las de acidentes, o relacionamento com os trabalhadores, que se colocam mais motivados, o que pode ter como resultado uma maior competitividade da empresa e diminuição dos riscos de acidentes.

Outro aspecto interessante no discurso deste grupo é que consideram um diferencial quando a empresa presta assistência aos funcionários em caso de acidentes de trabalho e referem que esta não é a regra que tem marcado as relações trabalhistas em empresas locais.

– *“Eu acho que responsabilidade social, ela tem que ser responsável pelo funcionário em tudo: família do funcionário, se acontecer uma pessoa doente e ter de ser afastado... É mais ou menos por aí. É uma coisa assim, né? Tem empresa que tá vendo o cara afastado e não tá nem aí, não se preocupa...”* (DEOLINDO RANGEL).

▪ **Discurso III**

Aproximando-se do discurso I, esta concepção delinea a RSE como toda ação da empresa que não está centrada diretamente na idéia de lucro, mas em uma contrapartida (ou troca) por danos ambientais dirigidas às comunidades vizinhas, ao meio ambiente e aos trabalhadores, (empregos para pessoas das cidades vizinhas; projetos de educação e saúde; benefícios aos empregados; cuidados com o meio ambiente).

– *“Responsabilidade social empresarial, da empresa é toda atividade extra lucro que a empresa tem que atuar para sobreviver. Se ela não tiver essa atividade dentro da comunidade... na sociedade aonde a sociedade é mais carente, ela acaba não sobrevivendo... A (RSE) Eu acho que é uma espécie de beco sem saída...O governo vai se aproveitar de parte disso aí e vai ser omisso...não tem mais volta. .. Por um lado, a sociedade pressiona de todo o jeito.”* (ZÉ ROQUE)

Neste discurso, se considera que tais ações trazem ganhos significativos para o público interno e externo, tanto do ponto de vista financeiro quanto psicológico. Assim, embora não tenha certeza, o trabalhador do relato abaixo atribui à corporação mudanças na sua personalidade por estar trabalhando como voluntário a partir do incentivo da empresa para que aderisse ao Programa de Voluntariado:

– *“Na vida pessoal, basta saber que eu dou aula numa escola de graça. Trabalho com crianças ...Você muda como gente...você passa a acreditar mais nas pessoas. Eu acho que sou outra pessoa. Eu sou uma pessoa bem diferente de quando entrei aqui. Não sei se foi a empresa. Acho que a experiência da gente também vai ajudando...vai aprendendo... Acho que eu sou uma pessoa melhor hoje. Eu sou mais calmo, mais tranquilo. Eu jamais agrediria uma pessoa hoje. Antigamente eu brigava por besteira...Eu canso de chamar meus operadores, vejo que ele não tá legal, chamo, sento aqui e aí converso... Isso tudo aí foi com o tempo que eu fui aprendendo e eu acho que, lidando com pessoas que me orientaram muito, que me mostraram muito sobre responsabilidade social também...Me ajudou muito a ser assim hoje.”* (CASSANDRO)

Desse jeito, é um diferencial deste discurso a idéia de que a Responsabilidade Corporativa inclui a conscientização das pessoas para uma atuação junto ao social. Ou seja, aqui a empresa é percebida pelos trabalhadores como o lócus da melhoria dos valores da sociedade, o que se concretizaria inclusive pelo Programa de Voluntariado.

– *“A partir do momento que a empresa trabalha nisso, que ela convida as pessoas a aderirem a um programa de responsabilidade social, ela tá se preocupando com que as pessoas estejam bem mentalmente, entendeu? Que elas sejam felizes, se sintam felizes, se sintam bem”* (REBECA)

– *“As empresas que valorizam mais o meio ambiente...acaba valorizando mais o ser humano, dando mais oportunidade pra tu ter essa visão...**Eu acho que todo mundo que trabalha numa empresa que tenha a preocupação com isso, demonstra uma preocupação maior com o ser humano, com o desenvolvimento e ...** A empresa só tem sentimento, ela só tem alma através das pessoas...uma vez que ele tá aqui dentro e tem essa consciência de atuação, quando ele sai daqui, ele não esquece tudo isso. Então, ele vai colaborar.”* (ZÉ ROQUE)

Os trabalhadores percebem a atuação em RSC como tendo sido precipitada pela ausência do governo nas questões sociais, ausência cuja lacuna precipitou o quadro de problemas sociais como a violência, o desemprego, a precariedade das condições da saúde e educação públicas, a fome e a miséria.

– *“Quanto tu paga pra alguém fazer isso, alguém que se responsabiliza. Só que tu paga e tu não tem essa responsabilidade, tu não tem essa contrapartida. Aí fica desequilibrado. Porque eu acho que a responsabilidade de ter, de administrar ou conviver com a diversidade seria minha em gênero, número e grau, agora, na hora que o governo decide – “Deixa que eu vou administrar, me dá 50” – e ele não faz droga, aí é ruim.”* (ZÉ ROQUE)

Hoje, as práticas de Responsabilidade Corporativa visam melhorar a imagem e o relacionamento da empresa, seja diante da vizinhança, seja com os funcionários, seja com os clientes. Ainda que alguns indivíduos sinalizem que não há impacto para os negócios da corporação o fato de ela ter ou não ações de RSE.

– *“Não tem a ver com a competitividade, ela tem a ver com o rejeito da sociedade. Ela não se torna uma empresa conhecida, não se torna uma empresa querida... não é vista com bons olhos. Então, se eu não colaborar com a sociedade, ou com essa vizinhança... não pode ser por competitividade (porque) no caso dessa empresa específica, meu cliente não tá preocupado se eu tô ajudando uma escola ou não, ou a vizinhança... Nós não temos concorrentes.(...) Essa pergunta eles não estão fazendo ao (concorrente) porque é ... um poluidor nato. Nós não nos preocupamos com isso”* (ZÉ ROQUE)

Alguns objetivos da empresa, ao realizar a SER, teriam relação com a perspectiva de evitar problemas com as comunidades do seu entorno (processos por acidentes, violência, delinquência, etc) e com o Estado (multas, processos, etc por destruição ambiental).

– *“Não dá pra imaginar que uma empresa dessas não largue, pelo menos um dia... baforada pro espaço. E isso cai em forma de chuva ácida. E isso cai aqui do lado...Eu acho que essa comunidade, se nós não tivéssemos comprometidos com essa sociedade, ela ia nos deixar em paz? Não. Nós temos um agrônomo, nós temos um posto médico, nós temos um posto dentário, nós temos uma escola, nós estamos atuando lá dentro... começamos a incentivar o programa do voluntariado...ela (empresa estudada) sabe que... ela tem de ter uma ação... uma fatia com a comunidade, com a empresa....mas pra sobreviver...por que senão essa vizinhança sufoca, entende? Atrapalha, incomoda. Ou com ações, ou com paralisações que... Entende? E aí fica difícil. Então, a gente tem que atuar e aí vem por forma, não direta, mas de forma indireta, porque as empresas não vão sobreviver.”* (ZÉ ROQUE)

Além disso, mesmo que indiretamente, a organização teria ganhos financeiros ao realizar ações de cidadania corporativa (satisfação, motivação e

comprometimento dos trabalhadores, redução de absenteísmo, e com isso, aumento da produtividade, além de entrada de mão-de-obra melhor qualificada).

Analisar a idéia de apoiar a comunidade para ter ganhos indiretos, de preparar mão-de-obra potencial local para contratação futura, ao mesmo tempo em que a empresa se beneficia de ganhos para sua imagem de empresa que se posiciona como solidária diante das dificuldades dos trabalhadores, ratifica as idéias de Salmon (2005) e Soares (2004) acerca da utilização instrumental do discurso ético, já referido no capítulo IV – Responsabilidade Social Empresarial.

– *“A idéia de apoiar a comunidade vem muito dentro dessa visão, de que a **gente precisava preparar pessoas para que elas pudessem, no futuro, ser uma mão-de-obra para a (empresa estudada) e dar à comunidade alguma coisa em retorno àquilo que a gente estava fazendo, ao que a empresa podia estar causando, mesmo que indiretamente... o grande objetivo era você sair daquela situação em que a comunidade fica esperando que a prefeitura ou a empresa façam alguma coisa**”.* (ROGER)

Verifica-se ainda neste discurso a idéia de assistir ao trabalhador em questões de saúde que são postas como ações de RSE, mas que têm o claro objetivo de reduzir o absenteísmo na organização.

– *“Na (empresa estudada), a responsabilidade social tem mais ou menos 20 anos... Começou a se investir, por exemplo... Um problema que você tem: eu estou com uma dor de dente, o que eu faço? **Eu tenho que ir para Salvador e são três, quatro horas que o empregado tá afastado. Então, o mesmo convênio que a gente tinha lá, trouxe para cá e criou-se um gabinete dentário aqui pra atender esse tipo de situação(...)**”.* (ROGER)

Nesta concepção, entende-se que a empresa gera poluição e deve cuidar para que os danos sejam mínimos, ou pouco impactantes, sendo responsável por cuidar, junto com o governo, das questões ambientais, pois a imagem de empresa poluente não seria benéfica à organização:

– *“... é uma empresa que polui... Você não ouve falar, embora saiba que tem algumas coisas nesse sentido, que ela polui. Mas não se ouve, não está estampada, ela não é conhecida como uma empresa poluidora, ela é conhecida como uma empresa que cuida do meio ambiente, que cuida do cidadão, cuida da comunidade, cuida da vizinhança, é uma empresa preocupada com o social.”* (ZÉ ROQUE)

– *“A empresa que não age, ela não tem valor, porque isso faz parte do valor, essa ação faz parte dos valores da empresa. Ela simplesmente não tem quase que valor, ela não tem valores nessa empresa. Quais são os valores que tem? Raciocínio no lucro, pensamento no resultado, entende? Eu só penso no lucro, eu só penso no resultado. Isso não é valor. Então, obrigatoriamente, toda empresa que tenha valores, que tenha crenças, tenha uma gestão responsável, ela tem que passar por isso aí. Tem que passar pela responsabilidade.”* (ZÉ ROQUE)

A tendência a uma atuação social é percebida como chance de aumentar a competitividade, mas, ao mesmo tempo, risco de ser excluído do mercado se não aderir à esta nova “moda” gerencial, conforme está dito literalmente pelos informantes abaixo:

– ***“A gente tem que atuar por forma, não direta, mas de forma indireta, porque as empresas não vão sobreviver.”*** (ROGER)

– *“Agora, quem não fazia, de alguma maneira tá sendo influenciado a fazer e sabe que...pode colher bons frutos.”* (REBECA)

O benefício que a organização pode ter com suas ações de RSE é entendido como algo legítimo e positivo, devendo as organizações aproveitar estas oportunidades:

– *“...se é algo que faz bem pra todos, se é uma maneira de melhorar a condição de vida das pessoas mais carentes, do meio que a gente vive, eu acho que é positivo.. eu creio que até mesmo pra ela ter um produto respeitado, o que ela fabrica, o que ela produz ser visto, assim, de uma maneira positiva (...) Eu vou deixar de comprar na (outra empresa) que não tá nem aí pra nada disso, não tá nem aí pra sociedade, não tá preocupada em que a gente tenha uma vida melhor, um planeta melhor, você entendeu?... eu acho que isso é uma forma de ganho. Quando é citado na mídia, quando é citado pelo cliente que aquela empresa pratica a **responsabilidade social, lógico que está se fazendo uma propaganda positiva dela, então... Ela vai ser respeitada, ela vai ser vista, ela vai ser conhecida e as pessoas também se preocupam com isso, também vão estar buscando ingressar nessa empresa”.** (REBECA)*

Embora os trabalhadores percebam as ações de cidadania corporativa como algo que não trará lucro à empresa e explicitem a idéia de que suas intenções são legitimamente solidárias para com as comunidades, apontam a presença sempre marcante do aspecto econômico em tudo que o setor privado faz, e, se em parte das suas ações não estiver previsto lucro, prejuízo também será inadmissível ou, dito de

outra forma, não se admite distribuição de parte do lucro com outro ator social que não acionistas e proprietários. Peculiar no relato que vem a seguir que o informante neste caso dá um exemplo de outra organização que não a “dele”.

– *“A organização não vai deixar de ter o seu objetivo principal, que é o lucro...Agora, ela sabe que pra fazer isso, ela tem de ter uma fatia com a comunidade, com a empresa. Eu não acredito que apenas por julgar importante... por exemplo uma (OUTRA EMPRESA) que patrocina corrida, teatro, blá, blá, blá... **Eu não acredito que ela faça isso não visando efetivamente o ganho indireto que ela tem com isso.** Porque se isso desse só prejuízo, não acredito que ela teria essa intensidade, pelo menos. Mas pra sobreviver...acho que precisa, por que senão essa sociedade, essa... Pelo menos a vizinhança sufoca, entende? Atrapalha, incomoda.” (ZÉ ROQUE)*

Entretanto, importante refletir aqui uma outra abordagem para esta questão, no sentido de que embora a empresa, através dos trabalhadores identificados com o discurso dos proprietários, assuma que a sociedade e a natureza têm arcado com parte do custo de produção – haja vista que a poluição poderia ser entendida como um custo intangível gerado pela produção industrial ao emitir dejetos não passíveis de retenção – ela não cogita a possibilidade de que, em contrapartida, seja realizado algum mecanismo para distribuição de uma parcela dos lucros para com esta mesma sociedade; portanto, as ações de RSE devem ter o menor custo possível. Dentro desta perspectiva, é provável que o Programa de Voluntariado seja o que responderia melhor aos objetivos instrumentais: baixo custo, melhoria da imagem organizacional, melhoria das relações com os trabalhadores, prêmios por atuação social.

– *“Uma (outra empresa), que patrocina corrida, teatro, blá, blá, blá... Eu não acredito que ela faça isso, não visando efetivamente o ganho indireto que ela tem com isso. Porque se isso desse só prejuízo, não acredito que ela teria essa intensidade, pelo menos. Mas pra sobreviver... acho que precisa (de RSE)” (ZÉ ROQUE)*

– *“Essas grandes empresas petroquímicas, essas são visualizadas como bandidos e a gente entende, claramente, que ela precisa dar uma contrapartida.. (A empresa) custeou (projetos comunitários), mas era um programa sempre assim: o que a gente investe é a mesma coisa que a prefeitura investe, tá? Mesmo que a gente tivesse uma condição de investir um pouco mais, a gente sempre procurava manter aquela contrapartida e a comunidade tem que se envolver na execução das coisas. Então, o programa primeiro tinha esse foco”. (ROGER)*

Ao mesmo tempo, o informante explicita a pressão da sociedade para que as organizações revejam a forma de atuação junto ao social, seus valores e posicionamentos. No caso específico, os trabalhadores identificam a pressão gerada por questões sociais, como a violência urbana, como fator que a empurra a uma atuação junto às comunidades circunvizinhas:

– *“Eu acho que não pode pensar numa mudança estrutural onde... Na estrutura nem na organização vale pensar, porque a organização não vai deixar de ter o seu objetivo principal, que é o lucro. Não tem jeito. A (nome da empresa) existe para produzir (...), para ganhar dinheiro. Agora, ela sabe que pra fazer isso, ela tem de ter uma ação... com a comunidade. **Eu não acredito que apenas por julgar importante, entende? ...por que senão (fizer) essa sociedade, ... pelo menos a vizinhança sufoca, entende? Atrapalha, incomoda. Ou com ações, ou com paralisações que... Entende? E aí fica difícil.**”*(ZÉ ROQUE)

Neste discurso, está sempre pressuposto que as empresas, no caso mais específico, as indústrias, exercem grande impacto no meio ambiente, devido ao processo produtivo inevitavelmente agressivo. Neste caso, a empresa é vista como responsável por prevenir e reduzir danos ambientais, mas também por oferecer contrapartidas pelos danos causados. O Estado deve atuar como fiscalizador. Entretanto, alguns entrevistados consideram o homem, individualmente, como o grande responsável pela devastação ambiental.

– *“Aí eu acredito que tem **dois grandes pilares de responsabilidade**. Um, efetivamente, é a **empresa**. A empresa tem de ter consciência que nós temos que tomar conta desse ambiente... essa vizinhança toda é responsabilidade da empresa. **E o outro ponto é o próprio homem. A gente vê que não são as empresas, por exemplo, que estão desmatando a Amazônia, não são as empresas, são frutos de pessoas, entende? Aí acho que cabe ao governo, só a fiscalização.**”* (ZÉ ROQUE)

Entre as percepções dos trabalhadores, existe a idéia de que as empresas passaram atuar junto ao social por sofrer pressões da sociedade, bem como foram precipitadas muito mais pela ausência e incompetência do Estado, que não tem cumprido sua tarefa de provedor no atendimento adequado das questões sociais.

– *“...quando um governo puxa pra si a responsabilidade... cobrando de tudo que é encargos para isso, INSS, imposto de renda, pedágio, etc., aí ele toma conta. Se ele não cobrasse nada, tudo bem. Nós temos que dividir: s... A*

responsabilidade das empresas, a responsabilidade do cidadão, responsabilidade do governo, responsabilidade do governo como um todo, do estado, da União, município. Agora, quando paga pra alguém fazer isso, alguém que se responsabilize. Só que (se) paga e não (se) tem essa responsabilidade, não tem essa contrapartida. Aí fica desequilibrado. Porque eu acho que a responsabilidade de... administrar ou conviver com a diversidade seria minha em gênero, número e grau. Agora, na hora que o governo decide – “Deixa que eu vou administrar, me dá 50” – e ele não faz droga, aí é ruim...”(ZÉ ROQUE)

▪ Discurso IV

Concepção de que RSE é toda ação da empresa em prol da comunidade e do meio ambiente, mas com **objetivo de marketing para promover a imagem da empresa** junto a clientes, comunidades vizinhas, trabalhadores e à sociedade como um todo.

– “As empresas hoje estão...querendo tapar algumas coisas, mas até por aparecer... Por ...ficar bonito na fita... Eu acho que as empresas hoje estão fazendo a responsabilidade social pra ficar bem, porque esse negócio ... empresa acaba ficando bem. A empresa aparece (na mídia) ... É uma empresa de responsabilidade social, mas não focada realmente no problema mesmo. Como eu tô dizendo, você dá o peixe, mas não ensina a pescar.” (MIGUEL ARAÚJO)

– “... olhe eu acho que essa coisa agora que a empresa fala de responsabilidade é mais pra...pra ficar bem na fita mesmo, não acho que é pra ajudar as pessoas realmente não. Ela ajuda, né? tem programa lá em Camaçari de voluntário e tudo, mas eu não acredito muito não” (ONOFRE)

Visa ainda trazer benefícios à organização, direta ou indiretamente, aumentando sua competitividade e lucro, melhorando sua imagem pública:

*– “Pegar essas pessoas e dar um trabalho, fica melhor do que você tá dando um alimento... Mesmo porque não tem nenhuma empresa que faça responsabilidade social que não diga que faz. Todas elas tão mostrando que fazem, anunciando que fazem isso, que fazem aquilo...Elas gostam de demonstrar que fazem essa responsabilidade social... Ninguém faz responsabilidade social e fica quietinho. Lá, escondida, distribuindo ficando quieta...Eu acho que mostram muito mais do que eles fazem até... Pelo menos nessa região daqui eu acredito que sim. **Muita coisa chega a parecer mais do que se está se fazendo.**” (MIGUEL ARAÚJO)*

– “Ela eu não sei...mas tem muita empresa que faz pra poder vender mais porque diz que cuida do meio ambiente...e que faz doação em creche...toda hora tem uma na televisão...se ficasse calada aí eu dizia que era pra ajudar mesmo, mas

assim...toda hora fala...de responsabilidade...de ...tudo isso Eu não to no programa de voluntário que não tenho tempo, mas se tivesse não ficava falando” (ONOFRE)

Não identifica melhoria das condições de trabalho após a incorporação do discurso da cidadania corporativa e considera que, mesmo gerando resultados positivos, as ações deste campo são pouco expressivas por não gerarem mudanças estruturais ou mais significativas diante das condições de vida e carência das comunidades beneficiadas.

*– “**Eu não vejo essa diferença em relação dessa pra aquela** (outra empresa). *Eu acho que ela continua na dela, faz a parte dela.. Os valores? são os mesmos. Não vejo uma diferença muito grande não...**Eu acho que as relações continuam sendo as mesmas...**Com os empregados, com a sociedade. Eu acho que não muda nada. Com os próprios tributos do governo. Tudo é a mesma coisa. Nada muda. Absolutamente. Impacto pra comunidade por causa da responsabilidade? Significativamente, com certeza não...Porque é isso. Não adianta uma empresa tá investindo numa melhoria de escola... daqui a três, quatro anos, quando a empresa parar, não vai modificar em nada...hora que a empresa pára de dar aquilo àquelas pessoas, eu acho que pode piorar.” (MIGUEL ARAÚJO)**

O governo é percebido como o real responsável por questões sociais e, nas questões ambientais, as empresas são co-responsáveis por reduzir o impacto ambiental dos seus processos produtivos.

*– “...o governo! é a falta de investimento em tudo, é a má distribuição de renda, educação, essas... Saneamento... O governo faz essa pressãozinha pra que as empresas cumpram o papel delas e acaba esquecendo dele um pouquinho... é muito do **governo tentar esconder o papel dele** porque o principal disso é o governo.” (MIGUEL ARAÚJO)*

6.2 Algumas considerações sobre os discursos na Dinâmica Organizacional

Além das questões discutidas na categorização dos discursos apresentados, outras puderam ser vislumbradas nas representações apresentadas pelos trabalhadores. A primeira diz respeito a uma clara diferenciação entre os entrevistados em relação à empresa, de acordo com seu posicionamento no organograma.

Entre os trabalhadores com escolaridade universitária completa e/ou ocupantes de cargos de gestão, foi flagrante a identificação com os discursos da

empresa e de seus acionistas / proprietários. Tanto flexionando sempre a 3ª pessoa dos verbos (nós, a gente) para emitir suas opiniões, impressões e percepções, como ao descrever as ações da corporação, quando também se colocavam como parte indivisível desta.

– “A **gente**³⁶ tem uma preocupação aqui com os parceiros³⁷. **A gente tem um contingente de mão-de-obra terceirizada que trabalha com a gente de forma fixa, que é praticamente o mesmo número de empregados**³⁸ (...)“**a gente tem que atuar por forma, não direta, mas de forma indireta, porque as empresas não vão sobreviver.**” (ROGER)

– “Quando **nós entramos no programa Qualidade Bahia, não adianta nada uma empresa ser competitiva aqui dentro, ter o menor custo do mundo, quando ela vai escoar a sua produção: eu tenho três crateras, dois buracos, a estrada não funciona, o caminhão não tem, a polícia é corrupta, me pára no estoque, me cobra isso... Aí faz como? Todo o esforço que eu fiz (ele ou a empresa??) aqui dentro, em ter o menor custo do mundo..? os custos agregados a ele são tão grandes que eu perdi toda a minha competitividade lá fora, entende?** (ZÉ ROQUE)

Verifica-se, pois, que os trabalhadores mais próximos à direção da organização se vêem como parte integrante da corporação, colocando as próprias opiniões como opiniões da empresa e, em geral, repetindo o jargão organizacional. Neste sentido, não se posicionaram como sujeitos autônomos agindo em uma corporação. Na maior parte do tempo, reportaram-se às próprias idéias sempre com “a gente faz”, “nós sabemos”, “nós fizemos”, “nós implantamos”, etc.

Desse modo, é possível pensar que parte dos discursos e das representações aqui exposta, possa ser interpretada como representações também da alta diretoria e dos proprietários e acionistas da companhia. E que os colaboradores que as expressaram, ainda que no organograma estejam **apenas** próximos destes postos, não se percebem como trabalhadores, nem como empregados, ainda que racionalmente tenham conhecimento de que o são, mas como classe dominante, classe proprietária.

– “**Tudo que se faz dentro da (empresa estudada)... de vez em quando faz eventos – aniversário da empresa, Natal – e vamos fazer camisas: a gente tem que fazer três**

³⁶ Refere-se à empresa como “a gente”; “nós”.

³⁷ ‘Parceiros’ significa empresas parceiras, prestadoras de serviço.

³⁸ A informação que os entrevistados e o setor de RH deram, ao longo do trabalho, foi de que a empresa tem em torno de 900 trabalhadores efetivos e 1200 trabalhadores terceirizados.

mil. A gente envolve porque o cara tá aqui dentro com a gente, não dá para você dizer que é uma situação separada: você cobra dele o mesmo nível de empenho...” (ROGER)

Nos discursos deste grupo, fica ainda explícito que ele considera legitimamente solidárias as intenções da empresa ao favorecer a comunidade, mas que, embora não deseje lucro, não admite reduzi-lo ou, em outra forma de compreensão do fator econômico, não admitiria distribuição de parte do lucro com outro ator social que não os acionistas e proprietários. Neste sentido, embora assuma que a sociedade e a natureza sofrem e arcam com parte do custo de produção, ao suportar a poluição gerada pelo dejetos industrial, não cogita a possibilidade de dividir uma parcela do lucro com esta mesma sociedade.

– *“A organização não vai deixar de ter o seu objetivo principal, que é o lucro. Não tem jeito...(outra empresa) patrocina corrida, teatro, blá, blá, blá... Eu não acredito que ela faça isso não visando efetivamente o ganho indireto que ela tem com isso. Porque se isso desse só prejuízo, não acredito que ela teria essa intensidade”.* (ZÉ ROQUE)

Também foi percebido, na maioria das entrevistas, que a cordialidade com que os terceirizados são tratados por colegas e lideranças é considerada como uma expressão da responsabilidade social da empresa, sendo considerado que não há distinção no tratamento dispensado pela empresa a efetivos e terceirizados.

– *“As condições de trabalho das pessoas que são terceirizadas com as condições de trabalho do pessoal da empresa são as mesmas. Eles trabalham no mesmo ambiente. Todas as pessoas almoçam no mesmo refeitório. A única diferença só é por causa da farda. Somente, o resto... tem pessoas que, por si, já se discriminam... Se esconde, tenta ficar afastado das pessoas que são da fábrica, aquele movimento social, aquela... Mesmo a gente procurando se aproximar mais, mas as pessoas se fecham, se...no setor que eu trabalho, todas as pessoas são tratadas de igualdade, com o mesmo carinho...Pelos colegas e pelas empresas”* (SILVA)

Para a maioria dos trabalhadores entrevistados, a questão da terceirização é entendida como sendo equivalente à situação do trabalho efetivo, mesmo quando percebem que há diferenças quanto a benefícios e faixa salarial dentro das mesmas funções. Houve entrevistados, inclusive, que apontaram a terceirização como preferência dos trabalhadores.

– “(salários iguais?) eu acredito que não.(...)tem pessoas que tiveram espaço pra vir pra empresa e não quiseram..Os benefícios com certeza, assistência médica e outras coisas ...devem ser diferentes, **mas mesmo assim elas preferem permanecer na deles (...)** Por que não tem todo mundo efetivado? Talvez seja por causa dos encargos sociais... são muito elevados e o pessoal terceirizado a gente diminui os encargos sociais.(...)Eu não vejo como mais lucrativo, mas como uma questão de sobrevivência.(para a empresa) Prejuízo sempre há (para o terceirizado), mas...**tem pessoas que não querem migrar da terceirizada pra empresa. Então... Dentro desse aspecto, eu não acho que seja ruim.(De quem depende a decisão se efetivo ou terceiro?) Eu acho que tem mais a ver com quem tá fazendo trabalho terceirizado. Acho que pra empresa seria bem mais viável se ela tivesse todo mundo no corpo, todo mundo dentro da empresa, fosse uma só... Eu acredito que seria desse jeito, mas... tem pessoas que preferem trabalhar na terceirizada (risos)..”** (SILVA)

Assim, embora entendam a Responsabilidade Social Corporativa como um posicionamento de respeito ao próximo, não vêem antagonismo entre o discurso de cidadania empresarial com o fato de a empresa ter metade dos trabalhadores em condições de trabalho desfavorável, que, mesmo submetidos aos mesmos riscos de acidentes e exigências de desempenho, atuam com salários mais baixos e benefícios sociais diferenciados. Não vêem a terceirização como tendo objetivo de aumentar o lucro da organização, mas de sobrevivência:

– **“A gente³⁹ tem uma preocupação aqui com os parceiros⁴⁰. A gente tem um contingente de mão-de-obra terceirizada que trabalha com a gente de forma fixa, que é praticamente o mesmo número de empregados⁴¹ (...) quando faz eventos – aniversário da empresa, Natal – e vamos fazer camisa, a gente tem que fazer três mil. A gente envolve (o terceirizado) porque o cara tá aqui dentro com a gente, não dá para você dizer que é uma situação separada: **você cobra dele o mesmo nível de empenho, o mesmo nível de qualidade, o mesmo nível de segurança ...você vai tá cobrando dele e ele não recebe o mesmo salário que a gente, ele não recebe nas mesmas condições da gente, ele não recebe no mesmo dia da gente. Mas ele tem que receber, porque daí a empresa (pesquisada) trabalha naquela idéia de fiscalização dos contratos, de melhoria da qualidade, de preparação daquele fornecedor, pra que ele possa atender. Aquelas idéias de que, por exemplo, não ter trabalho infantil, uma série de coisas que no meu ponto de vista são claramente responsabilidade social”.** (ROGER)**

³⁹ Refere-se à empresa como “a gente” ; “nós”

⁴⁰ Parceiros significa empresas parceiras, prestadoras de serviço

⁴¹ A informação que os entrevistados deram ao longo do trabalho foi que a empresa tem em torno de 900 trabalhadores efetivos e 1200 trabalhadores terceirizados.

– “O pessoal (terceirizado) é tratado igual a gente, faz as mesmas coisas...agora o plano de saúde é diferente, mas é a empresa deles que tem que dar...o resto é igual”. (GOMES)

Esta interpretação por parte dos atores, das mais diversas posições no organograma organizacional e área de atuação, talvez esteja associada ao fato de que, em comparação com as condições de trabalho e exclusão dos trabalhadores terceirizados, tanto na empresa pesquisada quanto em outras por onde estiveram, situação que não só é diferenciada, mas em algumas situações degradantes, parece-lhes que hoje estes profissionais estão em situação melhor, o que talvez provoque nos que vivenciaram outros modelos a sensação de que hoje há mais respeito e dignidade no tratamento dispensado aos trabalhadores terceirizados e que as condições de trabalho estejam compatíveis com o trabalho riscos a que estão submetidos.

– “Eu alcancei a separação dessas pessoas: de empregados da empresa (nome da empresa) e de parceiros... **tinha um refeitório para chefia e um refeitório para os empregados.** E mesmo assim eram horários diferentes: os (efetivos) almoçavam num horário e os terceirizados em outros horários ou então, eles tinham também um refeitório na área industrial e eles não podiam adentrar no refeitório dos (efetivos). **Então, era separado por nível hierárquico, né, e por empresa.** E hoje, a gente vê **um refeitório comum a todos, a gente vê uma responsabilidade... eu diria uma boa vontade da empresa em unir todo mundo, em fazer com que os próprios empregados da (nome da empresa) percebam que são todos iguais, que somos parceiros e que a responsabilidade, o objetivo de todo mundo é o mesmo.**” (REBECA)

– “Hoje, a situação é bem mais próxima, bem mais parecida. Inclusive, eles (os terceirizados) nem faziam refeição no refeitório da gente, faziam refeição em outros refeitórios, que eram menores, às vezes até arranjados... O transporte” (CASSANDRO)

Os trabalhadores mais próximos dos cargos de gestão conseguem falar da relação empresa x trabalhador terceirizado, inclusive como uma relação que aponta supostamente para a posição socialmente responsável da corporação:

– “Hoje nós temos diretos cerca de 900 empregados E ...mais uns 1100 funcionários de terceiros...Eu não vejo um trabalhador de terceiro que não queira vir para a (empresa estudada). E muitas vezes eles estão aqui, eles passam um determinado período apenas para ver da oportunidade de ingressar no cargo efetivo, por quê?”

Porque ... ele não vê a empresa dele atuando nas comunidades... (eles) dizem que trabalham na (empresa estudada) ... Porque é mais satisfação, tem muito mais orgulho de trabalhar numa empresa... que ninguém fala que...tem caixa 2... que é uma empresa que polui. Ela polui! Mas não se ouve, não está estampada, ela não é conhecida como uma empresa poluidora, ela é conhecida como uma empresa que cuida do meio ambiente, que cuida do cidadão, cuida da comunidade, cuida da vizinhança, é uma empresa preocupada com o social.” (ZÉ ROQUE)

Este trabalhador não considera que há algum equívoco ou paradoxo ou ausência de sentido entre estas duas questões, a cidadania empresarial e as condições de trabalho dos trabalhadores terceirizados, conforme pode ser ratificado na continuidade do seu relato:

– *“Sem dúvida. **Ela não cuida do terceiro, ela cobra das terceirizadas, das empresas, que tenham um mínimo para seus empregados... Existe uma cobrança das empresas em relação ao legal, porque a (Nome da empresa) como empresa é co-responsável pelos empregados que estão aqui dentro, mas essa co-responsabilidade existe na parte legal, não na parte de benefícios... Toda a parte assistencial...as empresas não precisam fazer. Isso a gente não cobra...A gente cobra a ação responsável da empresa terceira como parte legal: encargos, impostos, salários, se ela tá pagando direitinho... Acidente de trabalho...qualquer pessoa que esteja aqui dentro – um terceiro, um não, um visitante. Se tiver algum tipo de acidente, ele tem um tratamento imediatamente no nosso setor médico... é afastado para o PAME....Se precisar, leva direto para o São Rafael. **A partir daí, as empresas tomam conta. Cada um toma conta dos seus filhos.**” (ZÉ ROQUE)***

Porém, embora hegemônica, esta percepção não é unânime. Embora tentem buscar justificativas para a terceirização, alguns trabalhadores discordam francamente da forma como a empresa lida com este tipo de vínculo de trabalho para pessoas que desempenham as mesmas tarefas que os efetivos, posicionando-se de forma crítica no que diz respeito às relações de trabalho:

– *“os que são funcionários da empresa têm algumas vantagens que os outros não têm, como assistência médica, o salário, com certeza, é maior.. nesse ponto, o que é funcionário da empresa eu acho, que leva a melhor (...)Eu acho que foi uma moda que apareceu e aí tinha que terceirizar tudo...por causa da globalização (...) As pessoas não procuram nem saber se é o perfil daquela fábrica, se é o perfil daquele lugar.... Mas tá dando certo nos Estados Unidos, Europa e se faz aqui igual. (...) Eu acho que isso aí é uma falha grande. Eu, pessoalmente, acho que todo mundo que trabalha dentro da fábrica devia ser funcionário da fábrica.” (CASSANDRO)*

Neste sentido, o impacto da terceirização da mão-de-obra é visto por uma parcela dos trabalhadores como prejudicial aos trabalhadores em todos os sentidos. Alguns informantes externam sua insatisfação diante de uma situação sobre a qual não têm qualquer poder de decisão:

– *“Hoje, as exigências em relação aos equipamentos de segurança industrial, ela exige mesmo (das empresas prestadoras). A pessoa tem que ter o mesmo equipamento que nós usamos, antes não era assim. Hoje ela (empresa estudada) exige que tenha, porque a gente usa equipamento de ponta, porque eles ocupam o mesmo espaço que nós ocupamos. Eles vão precisar, eles respiram o mesmo gás, se tiver algum problema conosco, pode ter pra eles também. Então, a empresa exige isso aí, **mas eu acho que ainda é pouco. Terceirizar ... Eu ainda não gostei desse termo. Talvez porque eu não sou empresário ... Eles pensam diferente. Tanto que fazem. Pôxa, eu acho que fica bem abalada... Bem mexido...essa coisa da Responsabilidade social... Por causa disso acontece choque entre as pessoas, uma pessoa tratar mal a outra, porque é da empresa e a outra não é, é terceirizada. Acontece isso muito. Eu não gosto de terceirizar. Eu gostaria que eles fossem nossos colegas de empresa.**” (CASSANDRO)*

Entretanto, sinalizam que as desvantagens afetam também as organizações, aumentando os riscos de acidentes quando os trabalhadores de outras empresas não são devidamente treinados ou quando não apresentam o mesmo desempenho e comprometimento para com as metas organizacionais e para com as normas de segurança, o que, segundo eles, já é percebido pela empresa, que passou a “primeirizar”⁴² parte dos serviços terceirizados:

– *“Já tem o pessoal de mecânica sendo contratado... Já foram funcionários da empresa... Aí terceirizou, depois, com certeza não estava dando muito certo e aí voltaram...eu acho que ... as pessoas (não efetivos) se sentirem inferiores, mas eles tão fazendo a mesma coisa, o mesmo trabalho, ganham menos, não têm os mesmos direitos. Eu não acho justo...Eu vi pessoas muito competentes que trabalhavam em determinadas áreas aqui e que foram demitidas (das empreiteiras), saíram e depois vieram outras pessoas que não tinham a mesma competência. E o serviço (com terceirização) não tem a mesma qualidade, porque não tem o mesmo compromisso.” (CASSANDRO)*

Além disso, percebem certo paradoxo entre o discurso da RSE e as condições dos que não são efetivos no quadro funcional da empresarial:

⁴² ‘Primeirizar’ é usado pelos trabalhadores como referência à mudança de vínculo de trabalho de terceirizado para efetivo do quadro da organização.

– “...Tanto não tá (em consonância com valores de RSE) que ela começou a primeirizar. (...) Uma boa parte do pessoal não é (efetivo) Hoje, as moças do serviço médico fazem parte de um troço chamado Cooperativa, que não recolhe FGTS, não tem direito a nada... No dia que a (empresa pesquisada) não quiser mais ... elas não têm direito a nada. Isso, na minha opinião, é um absurdo. Isso é completamente de encontro a tudo que eu vi (...) eles tão fazendo a mesma coisa, o mesmo trabalho, ganham menos, não têm os mesmos direitos. Eu não acho justo...Eu vi pessoas muito competentes que trabalhavam em determinadas áreas aqui e que foram demitidas (das empreiteiras), saíram e depois vieram outras pessoas que não tinham a mesma competência..” (CASSANDRO)

Apesar de sinalizarem as perdas e desvantagens a que os trabalhadores terceirizados estão submetidos, os trabalhadores parecem relutar em aceitar que a terceirização tem por objetivo ampliar o lucro da organização:

– “Eu não entendo a terceirização. Diz que é mais barato, eu não sei se é... (mas) não tem a mesma qualidade, porque não tem o mesmo compromisso (...) Eu não sei muito os valores (custos), eu não entendo muito de dinheiro, o que se gasta, o que se ganha numa hora dessa, porque eu nunca me envolvi(..). E eu não entendo muito disso, mas eu sei que é por isso que se terceiriza” . (CASSANDRO)

Outra possibilidade de interpretação para que os trabalhadores efetivos entendam a terceirização de cinquenta por cento da força de trabalho como algo normal talvez seja a crise do emprego formal no País e no mundo, associada ao fato de que, mesmo como terceirizado, a faixa salarial de quem trabalha nesta organização ainda é maior que de trabalhadores de outros ramos da economia com escolarização equivalente, levando o grupo a se considerar em posição privilegiada.

– “Em termos de responsabilidade social, ela (empresa estudada) cumpre mais. Nunca é 100%, mas...Assim, em termos de... atraso de salário, pagamento, a gente não tem muito aquela coisa de que a empresa está em crise... (por) que nessa que eu trabalhei tinha isso. As empresas tudo que eu trabalhei tinha isso. A empresa em crise... Inclusive, na (outra empresa) eu passei três meses sem salário. Uma coisa muito difícil de acontecer na (Empresa pesquisada). E essa coisa, nessas outras empresas cê sempre tá em decadência, não sei o que é, se é a produção não está saindo. Aí, fica sempre aquela coisa insegura na gente. E no caso, aqui não existe isso. Aqui a gente sabe que todo dia, na data, tá certo. E mais algumas outras coisas que, em termos de social tem documentação, bem-estar do funcionário”. (CHAVES)

Importante registrar que os discursos encontrados entre os trabalhadores, trazem, em alguns momentos, peculiaridades da dinâmica organizacional e de como

as relações se estabelecem e se organizam e o que se explicitam tanto em aspectos conscientes quanto naqueles inconscientes das representações sociais. Assim, observou-se que alguns trabalhadores têm seu discurso totalmente identificado ao discurso da empresa, não se vêem como trabalhadores, não se identificam com as problemáticas referentes a esta categoria e, por vezes, parecem se excluir da sociedade também. Além disso, percebe-se a instrumentalização das ações, um componente utilitário fortemente marcado em seu discurso:

– *“A idéia de apoiar a comunidade vem muito dentro dessa visão, de que a gente precisava preparar pessoas para que elas pudessem, no futuro, ser uma mão-de-obra para a (NOME DA EMPRESA) e dar à comunidade alguma coisa em retorno àquilo que a gente estava fazendo, ao que a empresa podia estar causando, mesmo que indiretamente...essa sociedade, ... pelo menos a vizinhança sufoca, entende? Atrapalha, incomoda. Ou com ações, ou com paralisações ... E aí fica difícil. Então, a gente tem que atuar e aí vem por forma, não direta, mas de forma indireta, porque as empresas não vão sobreviver.(...) eu acho que a satisfação dos empregados das empresas que atuam na responsabilidade social...Eu acho que o clima é muito mais saudável. A gente vê estampado nas pessoas, entende?”.* (ZÉ ROQUE)

De modo semelhante, ao discutir questões referentes à assistência à saúde do trabalhador, este grupo entende não haver obrigação da organização quanto a este aspecto, exceto em casos de acidentes. Porém, seu discurso denota a exclusão do adoecimento tanto físico quanto psíquico como um processo relacionado aos processos de trabalho, o qual, desde a Revolução Industrial, tem, comprovadamente, trazido graves prejuízos à saúde e à sobrevivência do trabalhador:

– *“Eu acho que seria paternalismo. Aí eu acho que é ruim, eu acho que tudo aquilo que vem de graça não tem o mesmo valor daquilo que é conquistado, que daquilo que é responsabilidade, Não tem o porquê de uma empresa cuidar de mim, não. Eu tenho que cuidar de mim, entende? A empresa tem que cuidar dela empresa e enquanto eu estou aqui como empregado, ela tem que me dar uma assistência como empregado e não como cidadão, como pessoa.”* (ZÉ ROQUE)

Embora o indivíduo informante faça esta distinção entre a assistência ao cidadão e a assistência ao empregado dentro da empresa, ele não esclarece esta diferenciação, ainda que saiba que até mesmo o acidente de trajeto é entendido pela legislação como responsabilidade da empresa. E prossegue discorrendo sobre a assistência à saúde do trabalhador por parte da empresa:

– “Ela tem que me dar uma assistência como empregado e não como cidadão, como pessoa. Como pessoa eu **tenho que dar**. Na Constituição diz... **saúde é um direito de todos e um dever do estado**. Eu acho que nós tínhamos de trocar essa frase. **Saúde é um dever de todos e um direito do estado**, porque nós somos o Estado. Aqui na empresa... Quem é a empresa? É a somatória de pessoas. Se eu disser que... **Diminuindo essa frase, “Saúde é um direito do trabalhador e um dever das empresas”** ... e trazendo ... para o âmbito das empresas, **saúde é um direito do trabalhador da (empresa estudada) e um dever da empresa, seria a mesma coisa**”. (ZÉ ROQUE)

Até este ponto, ele traçou um paralelo entre o papel do Estado em relação à saúde dos cidadãos e o papel da empresa em relação à saúde do trabalhador. Em seguida, ele faz uma rotação, invertendo a lógica deste princípio e tira do Estado e das empresas a responsabilidade pela saúde e pelo bem-estar das pessoas:

– “**Eu tenho que mudar essa frase. Saúde é um dever de cada um de nós**. Por isso que eu digo que a empresa parece... De cada trabalhador. **Eu não tenho o direito de ficar doente... Direito eu tenho. Eu tenho que cuidar da minha saúde, porque você entende dos seus direitos**. Eu não posso eu não me cuidar e transmitir essa doença. Então, é um direito da sociedade essa saúde. (...) **mas ela (a empresa) não tem que assistir? Não, não tem que assistir. O empregado tem o dever de se cuidar, ele tem a obrigação de ter saúde**”. (ZÉ ROQUE)

Esta interpretação sobre o processo de saúde – doença do trabalhador que entende que saúde é um dever do trabalhador para com a empresa – remete à discussão apresentada por Oliveira (2004) quanto à representação social de risco no trabalho, onde este autor afirma que há um saber que se difunde por meio dos discursos ideológicos, nos quais um dos objetivos é “colocar sobre o sujeito a responsabilidade da ruptura do risco (de acidente), culpando-o” (OLIVEIRA, 2004, p.11) pelo que se entende como ato inseguro.

Assim, ao inverter a frase:

– “Saúde é um direito de todos e dever do Estado” para a proposição “**Saúde é um dever de cada um de nós**. ... De cada trabalhador. **Eu não tenho o direito de ficar doente... Direito eu tenho. Eu tenho que cuidar da minha saúde, porque você entende dos seus direitos**. Eu não posso eu não me cuidar e transmitir essa doença. Então, é um direito da sociedade essa saúde. (...) **mas ela (a empresa) não tem que assistir? Não, não tem que assistir. O empregado tem o dever de se cuidar, ele tem a obrigação de ter saúde...**” (ZÉ ROQUE)

o entrevistado atribui culpa ao trabalhador que adoece, como se a empresa pudesse exigir que, ao ingressar na fábrica, cada sujeito pudesse abrir mão voluntariamente da sua constituição humana de fragilidade e vulnerabilidade se isto for conveniente à organização.

Então, não é de fato a saúde do trabalhador que está em jogo, mas o custo da sua doença para a produção, já que, embora não tenha sido dito explicitamente, o adoecimento do trabalhador só agride a empresa pelo custo do seu absenteísmo, que reduz a produtividade da equipe e pode onerar o seguro saúde. Aparentemente, o direito da empresa parece estar sendo referido em relação ao custo benefício da presença – ausência da mão-de-obra, não por uma preocupação solidária com a saúde de um “colaborador”.

Essa idéia do entrevistado de certo modo ratifica a análise de Dejours, o qual estuda as vinculações entre sofrimento mental e organização do trabalho e afirma que certas formas de organização do trabalho criam comportamentos estereotipados, levando o trabalhador a criar sistemas coletivos de defesa contra o sofrimento. Dentre estas estratégias defensivas, coloca a “ideologia da vergonha”, caracterizada pela impossibilidade que o operário subempregado vivencia e que se exprime “não pelo receio da doença em si, mas pelo temor de ficar impedido de trabalhar” (DEJOURS *apud* OLIVEIRA, 2004, p.9), pois afastar-se do trabalho pode custar sua sobrevivência e de seus familiares, posteriormente.

Por fim, pode-se dizer que esta proposição que atribui unicamente ao trabalhador culpa ou responsabilidade por seu bem-estar, pode favorecer dinâmicas na relação empregado x empregador, onde o último está colocado como o que faz concessões diante do adoecimento do empregado e de suas fragilidades humanas, e este passa a responsável por acidentes e adoecimentos. Assim, Rangel, ao estudar esta temática, faz a seguinte afirmação:

[...] Ao assumir a responsabilidade, o trabalhador pode internalizar a culpa pelo acidente, cuja conseqüência é, por um lado, o sofrimento psíquico, decorrente do sentimento de culpa, e por outro a sua imobilidade política. Isto porque enquanto o indivíduo se sente culpado do próprio ato do acidente, torna-se incapaz de identificar suas verdadeiras causas e atuar individual ou coletivamente sobre elas, configurando-se, assim a eficácia ideológica da culpa [...] (RANGEL, 1992, p.195)

Importante também conhecer alguns aspectos dos Programas de Voluntariado desenvolvido nas organizações a partir do olhar dos trabalhadores e, no caso estudado, conhecer de que forma o incentivo da empresa para que trabalhem como voluntários influencia a percepção que fazem da organização (vide detalhes do Programa de Voluntariado no item 5.4).

– *“O que uma pessoa que se preocupa, que adere a um programa de voluntariado, por exemplo, o que ela ganha? Ela ganha que ela vai estar.. Ela vai ter um retorno por isso aí, porque ela vai estar fazendo um bem psicológico pra ela, um bem moral. É como se você... Você se sente bem porque você pratica uma boa ação. E isso, a partir do momento que a empresa trabalha nisso, que ela convida as pessoas a aderirem a um programa de responsabilidade social, ela tá se preocupando com que as pessoas estejam bem mentalmente, entendeu? Que elas sejam felizes, se sintam felizes, se sintam bem”* (REBECA)

– *“**A relação da empresa, da empresa com o trabalhador... veio em função da satisfação ou do orgulho que se tem em trabalhar...atuam com responsabilidade social, atuam na defesa do meio ambiente, atuam na vizinhança... Eu acho que o clima é muito mais saudável. A gente vê estampado nas pessoas: minha empresa ajuda na educação desse país (...) uma empresa que tem essa visão, que eu acredito que seja bastante diferente do que trabalhar numa empresa que não tem essa visão”***. (ZÉ ROQUE)

– *“Se ela (empresa) busca sensibilizar também os empregados pra responsabilidade social de cada um, né? (...) é lógico que ela... Se torna uma empresa respeitada, né?”* (REBECA)

– *“Quando o empregado é convidado a participar de algo comunitário, em ser um voluntário, ela (a empresa) não tá premiando essas pessoas... Eu acho que tem que ser dessa maneira, espontânea. O que uma pessoa que adere a um programa de voluntariado...o que ela ganha? Ela vai ter um retorno por isso aí, porque ela vai estar fazendo um bem psicológico pra ela, um bem moral. (...) Você se sente bem porque você pratica uma boa ação. E isso, a partir do momento que a empresa trabalha nisso, que ela convida as pessoas a aderirem a um programa de responsabilidade social, ela tá se preocupando com que as pessoas estejam bem mentalmente... Que elas sejam felizes, se sintam felizes... a maioria das vezes, a pessoa não sai no horário de trabalho pra fazer. Elas se doam também nos horários de lazer, nos finais de semana, à noite “.* (REBECA)

O trabalho com as representações sociais dos trabalhadores permitiu conhecer algumas das imagens que estes profissionais têm da organização estudada, a partir do fato de que a empresa está empenhada em projetos de apoio às comunidades circunvizinhas. Assim, foi possível encontrar imagens da empresa como ética, solidária, conscientizadora dos trabalhadores quanto ao seu papel como

cidadãos solidários, bem como idéias de que a empresa é aquela que melhora o convívio dos trabalhadores com suas comunidades (já que grande parte da força de trabalho mora nas cidades próximas), empresa que orgulha seus trabalhadores, etc.

Importante ressaltar que se considera que os vários discursos aqui categorizados, bem como as representações sociais que comportam, convivem simultaneamente no imaginário desta coletividade de forma dinâmica e extremamente flexível, o que, provavelmente, justifica o fato de alguns entrevistados expressarem sentidos e significados, em princípio aparentemente contraditórios sobre a temática discutida.

Isto se explicaria provavelmente pelo fato de, além de este conceito estar ainda em construção para o grupo, assim como para a sociedade como um todo, os discursos e representações dos trabalhadores são influenciados por vários outros discursos que permeiam os distintos grupos que compõem tanto a organização, quanto a vida familiar e social a que cada indivíduo desta coletividade pertence, além da mídia e da academia.

Neste sentido, os vários discursos encontrados que se entrecruzam ratificam o interesse inicial deste estudo, o qual não pretendeu encontrar uma verdade única ou uma concepção bem delimitada e estabelecida sobre a RSE, mas conhecer como os trabalhadores percebem este fenômeno ao olhar a corporação de dentro para fora.

Por tudo o que foi exposto ao longo deste capítulo, é possível refletir por que a nomeação desta dissertação está posta como: **Representações Sociais em Responsabilidade Social Corporativa: Imagens e Substâncias Refletidas pelo Olhar dos Trabalhadores**. Pois, tentar apreender as representações sociais de um grupo significa tentar interpretar as interpretações que os sujeitos expressam. O que o grupo apresenta de representações sobre a realidade, a partir do que os entrevistados vêem, ouvem, vêem e interpretam da representação do seu grupo sobre a realidade. Assim, o que o pesquisador tenta capturar é o reflexo do olhar do sujeito informante, reflexo que não diz tudo o que o grupo apresenta da sua rede simbólica de representações sociais, pois não é possível transpor, com palavras, a realidade, nem esgotar seus sentidos e significados. A representação é, assim, impossível de ser capturada plenamente. O que o pesquisador apreende será sempre um reflexo desta representação que é dinâmica, não estática.

Parece então não haver um final em um estudo das representações. Assim, por mais que se tentasse exaustivamente dar conta de todas as nuances que as representações comportam, encontrar-se-ia infinitamente a sensação de continuidade, porque as representações sociais remetem ao impossível da significação, ao não dito, ideológico, histórico. Inclui o que está no presente, no passado, no futuro, mas também no tom de voz, no olhar, no jeito do corpo, na história de cada sujeito que passou por uma dada coletividade e que já não está fisicamente presente. Inclui o que pertence a cada indivíduo e, ao mesmo tempo, a todas as coletividades de que os sujeitos participam; há, neste caso, uma rede infindável de representações.

VII CONSIDERAÇÕES FINAIS

A dissertação que aqui se conclui teve por objetivo principal conhecer e discutir as representações sociais quanto à Responsabilidade Social Corporativa entre trabalhadores de uma indústria do Pólo Petroquímico de Camaçari, categoria que se encontra submetida aos valores e à ética da empresa na concretização das suas práticas gerenciais e posturas nas situações de conflito do cotidiano organizacional, de modo a alcançar a complexidade do fenômeno que, como todo fato social, somente pode ser conhecido mais profundamente quando investigado a partir dos seus atores principais, no caso o homem.

Como exposto ao longo deste estudo, o cenário mundial que precipitou a irrupção explosiva da cidadania corporativa é marcado pelas dificuldades de manutenção do *Welfare State* nos países do Primeiro Mundo, pelo quadro de miséria e privação absolutas de uma grande parcela de pessoas nos países periféricos e em desenvolvimento, bem como por ser uma Era peculiar na história da humanidade, onde o comércio globalizado, centrado no mercado, foi acelerado pela revolução da informação e da computação, alterando a percepção dos homens em suas relações com o tempo e o espaço.

Era que se caracteriza pelo domínio centralizador e totalizante das organizações privadas, bem como, em especial, por um distanciamento entre imagem e substância, onde a primeira é prioritária e preponderante, independente de que, neste distanciamento, se percam a própria substância, os valores e a ética, que se refletem em todas as ações, práticas e agrupamentos humanos, principalmente nas sociedades ocidentais, desumanizando e destituindo o homem de valores éticos e solidários. Pode-se dizer ser este o primado da imagem, onde fatos e realidade, bem como pessoas e valores éticos, perdem importância para a

construção e manutenção de imagens, que demandam, por sua vez, toda uma produção teatral e dramática para se sustentarem em evidência e ascensão infinitas.

Dentro deste contexto, após serem maciçamente pressionadas por organismos do Terceiro Setor, por consumidores e pela mídia para que recomponham suas posturas diante do meio ambiente e do social, agindo de forma mais ética e responsável, as organizações mercantis adotam ações e projetos de Responsabilidade Corporativa. Passam, porém, em seu discurso, a reivindicar de forma indireta um lugar de nascente dos valores e da ética, bem como de agentes conscientizadores do homem e da sociedade quanto à importância de que sejam resgatadas as relações humanas, a partir de uma lógica não instrumental, pautada em solidariedade e humanidade.

A explosão da Responsabilidade Social Corporativa (RSC), nos anos 90, fez com que este fenômeno ganhasse, de forma crescente, o interesse dos meios acadêmicos. Entretanto, a maioria dos estudos tem por foco a percepção e o comportamento de consumidores, acionistas e de formadores de opinião quanto a esta inovação na gestão organizacional; não são encontrados trabalhos que apontem a percepção de trabalhadores e fornecedores quanto à atuação corporativa nas questões sociais, e também quanto à coerência existente entre o discurso socialmente responsável das corporações e suas posturas na relação com estes atores.

Assim, tentando alcançar a complexidade deste fenômeno, a presente dissertação investigou quais discursos são encontrados entre os trabalhadores efetivos de uma corporação, que anuncia ações e projetos voltados para a comunidade (cidades circunvizinhas), aos trabalhadores e ao meio ambiente, bem como quais sentidos e significados estão presentes nas representações que trazem a respeito da temática.

Do ponto de vista da discussão presente nos textos acadêmicos, duas questões parecem saltar aos olhos. A primeira diz respeito à possibilidade de convivência entre a ética voltada ao bem coletivo e a atuação econômica das organizações. A segunda refere-se à efetividade de que as ações de RSE possam trazer mudanças significativas e até estruturais para a sociedade ocidental, seja nas relações das empresas com as comunidades que as cercam, seja na relação dessas com os trabalhadores, bem como no que diz respeito à chance de que o homem

consiga pressionar as organizações para que sejam ativas na redução da destruição ambiental em andamento.

Dentro da discussão quanto à viabilidade de convivência entre a ética e a lógica instrumental da economia de mercado, tida por muitos autores como uma união inalcançável (SOARES, 2004), parece se delinear a proposição de que é, de fato, inesgotável a possibilidade do homem re-inventar as formas de seus agrupamentos e convivência social, podendo ser entendido aqui que há outras perspectivas ao homem que apenas a visão extrema e, por que não dizer, pessimista, de que são inconciliáveis a ética e as relações econômicas, mesmo em um sistema de mercado. As experiências da chamada economia solidária, com os vários fenômenos associativos – o comércio justo, um deles (FRANÇA FILHO, 2002) – seriam um exemplo dessa possibilidade do homem de re-inventar a si e aos sistemas sociais, bem como denotam uma resistência da sociedade aos valores utilitários e individualistas, característicos do sistema produtivo capitalista.

Neste estudo, que não esgota e não encontra uma resposta definitiva para esta discussão, pôde ser visto que há, de fato, organizações com diferentes níveis e propostas de atuação social, e talvez haja várias formas de se engendrar a Responsabilidade Social Empresarial, desde a mais instrumental a mais próxima de valores éticos, como solidariedade e cooperação mútua. Neste sentido, enquanto solução para a desigualdade social, as ações de Responsabilidade Social Corporativas podem ou não vir a se constituir como uma solução parcial para a melhoria da qualidade de vida, aumentando a renda de inúmeras comunidades que ainda vivem hoje em condições de pobreza extrema, e favorecer o seu desenvolvimento. Porém, serão necessários muitos estudos que possam investigar questões implícitas nesta “tomada do social” pelo setor privado.

Neste sentido, sendo a RSC usada ou não como estratégia de *marketing*, é importante que haja um foco da discussão que contemple como e até que ponto uma organização realiza o seu discurso ético nas suas práticas cotidianas de relacionamento com os vizinhos, trabalhadores e demais parceiros. Neste sentido, ainda que se admita a idéia de que se a empresa reverte suas ações responsáveis em melhoria também da sua imagem corporativa ao ser identificada publicamente como uma “empresa cidadã”, é imprescindível analisar a coerência e respeito nas relações que mantém com o ambiente, os trabalhadores e a sociedade, para que

somente então possa ser legitimada a sua posição de empresa socialmente responsável.

De outro lado, se uma organização incorpora o discurso ético, mas, de fato, suas práticas cotidianas de negociação estão esvaziadas de valores, seria pertinente dizer que, efetivamente, não se posiciona como empresa socialmente responsável, ainda que financie e promova projetos e programas junto ao social e ao meio ambiente. Neste caso, suas práticas nada mais seriam que “enfeites em uma árvore de Natal”. Enfeitam, mas não têm o poder de comportar valores em si. Não têm significação *a priori*, pois os sentidos são construções sociais e precisam do homem para significá-los. E isto se aplica às ações de Responsabilidade Social Corporativa: não garantem nem carregam por si valores solidários e humanitários, ou éticos.

A análise dos dados coletados nas entrevistas semidirigidas permitiu categorizar quatro discursos entre os trabalhadores. Destes, três se aproximam da conceituação acadêmica da RSC e da discussão acerca da viabilidade de que tais ações tenham impacto significativo para a melhoria da vida das comunidades assistidas, assim como perpassam a reflexão acerca dos objetivos que favorecem a inserção da empresa neste campo. Ou seja, se sua atuação deve-se ou não a objetivos instrumentais, como o *marketing*, para fortalecimento da imagem da empresa. Curiosamente, o quarto discurso encontrado traz como representação para a RSE o pagamento de impostos e cumprimento de leis trabalhistas e ambientais.

Assim, algumas questões se colocam como conclusões alcançadas neste estudo com relação à Responsabilidade Corporativa e que decorrem tanto dos discursos dos trabalhadores, quanto das discussões ensejadas pelos teóricos que vêm se dedicando a investigações neste campo.

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial, que pressupõe resgate do débito das organizações para com a sociedade e o meio ambiente, não permite a incorporação da filantropia em seu escopo. O surgimento e expansão do fenômeno da RSC têm ligação direta com a atuação das organizações do Terceiro Setor, bem como com a pressão concreta dos consumidores na decisão de consumo, em especial nos países do Primeiro Mundo.

A RSE é um fenômeno recente e suas reais conseqüências para a sociedade não são conhecidas suficientemente. Duas questões, no entanto, são claras: Há situações que apresentam ganhos efetivos e significativos para as comunidades

beneficiadas e para o meio ambiente, mas de forma contraditória este beneficiamento da sociedade poderá ser revertido em ampliação do poder das corporações, minando a possibilidade de crítica dos demais atores sociais e reduzindo as chances de controle da sociedade sobre este ator econômico específico. Esta situação poderá ter resultados diversos, de acordo com o grau de conscientização da sociedade, principalmente dos meios acadêmicos e de outros formadores de opinião, que permitam fiscalização e controle sobre as ações, decisões e que pressionem por limites ao poder das corporações sobre o social e o bem comum.

Há, efetivamente, apropriação de um discurso voltado à ética por parte de algumas empresas com o objetivo exclusivo de se tornar mais competitiva e aumentar o lucro, porém há organizações onde a ética presente em sua retórica está muito mais próxima do seu real posicionamento prático nas relações com os demais atores. Porém, são ainda incipientes os mecanismos de aferição e validação do nível de ética que as empresas realizam.

No que diz respeito ao discurso dos trabalhadores, fica evidenciado que o conceito de RSE é, entre eles, um termo confuso, nebuloso, mas com várias percepções que ratificam as discussões engendradas pelos teóricos que se debruçam sobre o fenômeno.

Ficou explicitado no discurso dos trabalhadores que, se a empresa carregar um discurso de cidadania e suas práticas cotidianas de relacionamento com o quadro funcional não forem condizentes com os valores alardeados, a maquiagem não resistirá por muito tempo e a própria força de trabalho poderá gradualmente fazer derreter aos olhos do público externo os verdadeiros valores que conduzem as práticas e decisões da corporação.

Por fim, dentre os discursos explicitados pelos trabalhadores desta organização, um merece reflexão diferenciada: aquele que tem como representação social para a responsabilidade corporativa o pagamento de impostos, o respeito às condições de segurança e saúde do trabalhador, o cumprimento das leis e acordos trabalhistas. Este discurso que entende cumprimento de direitos legais como uma benesse da empresa sinaliza como a pobreza, a falta de perspectivas e um cenário social de miséria e exclusão podem tornar a sociedade pouco exigente e pouco crítica.

Diante de relações de trabalho, às vezes próximas da escravidão como no caso de trabalhadores de alguns setores privados, os benefícios alcançados pela luta histórica da classe trabalhadora parecem se tornar paulatinamente uma miragem. Há uma espécie de distorção dos fatos e da realidade. Isso também se expressa pela forma como a terceirização de cinquenta por cento da mão-de-obra da organização é interpretada pelos trabalhadores: *'opção dos terceirizados'*, entendimento de que há similaridade entre as condições de trabalho nos dois tipos de vinculação trabalhista, havendo *"diferença só na farda"*, e na impossibilidade da maioria dos entrevistados de enxergar e criticar a situação de desigualdade e exclusão imposta ao grupo de terceirizados. Assim, percebe-se que os efetivos tentam negar que o objetivo da terceirização seja uma opção da empresa para aumento do lucro. Mesmo quando, em suas frases, informam que contratação direta aumenta os custos da produção. A saída que encontram para este impasse é que a terceirização existe para viabilização da sobrevivência da própria empresa no mercado, argumento que carregam e reproduzem, mas que pertence ao empresariado, e não à classe trabalhadora.

Assim, embora metade dos trabalhadores seja terceirizada, a maioria dos efetivos não percebe este fato como um entrave empregado x empregador, e entende não haver incoerência entre a cidadania corporativa e a situação de desfavorecimento financeiro e social dos terceirizados.

Considera-se que este estudo trouxe uma outra vertente de observação da cidadania corporativa, mas poderia ter uma representação mais fidedigna da realidade da corporação se tivessem sido incluídos os trabalhadores terceirizados na amostra da investigação.

Este estudo permitiu uma maior percepção quanto à necessidade de que sejam realizadas pesquisas sobre a retórica organizacional, de modo que se possam ter instrumentos de medição que favoreçam um conhecimento mais aprofundado das práticas e do discurso da RSE, e sua coerência com uma conduta realmente ética. Ou seja, importante que novos estudos possam investigar a RSE a partir da análise de coerência entre os discursos veiculados pelas empresas e as suas práticas corporativas efetivas, em especial, nas suas relações com trabalhadores e fornecedores, parte interessada não contemplada neste estudo.

Importante registrar que, neste estudo, o fato de não terem sido incluídos os trabalhadores terceirizados na amostra pesquisada configurou-se como limitação e

foi decorrente do fato de que a pesquisadora prendia-se à um pressuposto equivocado de, que neste grupo, haveria grande rotatividade de profissionais e, logo, pouco contato destes com as ações de RSE da organização. No entanto, a vivência da pesquisadora no ambiente organizacional permitiu a verificação de que há terceiros com mais de dois anos de prestação de serviços nesta empresa e na mesma área.

Por fim, será importante refletir que assumir uma atuação em Responsabilidade Social Corporativa, visando apoiar a sociedade e resguardar o meio ambiente, e que as ações da empresa visam também à construção da sua imagem, melhoria da competitividade e lucratividade da organização, talvez seja o posicionamento mais ético que uma empresa pode apresentar. Isso quer dizer que ser transparente nos seus objetivos instrumentais é estar mais próximo de valores como honestidade e respeito propagados pelas organizações, já que torna público aos demais atores os interesses que permeiam as ações da organização com a qual estão negociando. Esta postura é então mais adequada à ética que ostentar um discurso que garante que a empresa está atuando junto ao social apenas com a finalidade de colaborar para a construção de um mundo melhor, mais justo, mais limpo, mais solidário e mais humano.

Esta explicitação do caráter instrumental da RSC não invalida completamente alguns benefícios que as empresas podem trazer à sociedade com sua atuação social, pelo contrário, pode evitar a utilização exclusivamente marqueteira destas práticas por organizações não tão éticas, permitindo certo controle social sobre a atuação das empresas no que tange ao bem comum e ao destino da humanidade. Alguns segmentos, que apresentam claramente um objetivo instrumental da RSE, permitem um olhar mais atento da sociedade civil e dos demais atores, sem a conotação “somos bonzinhos, caridosos, por isso atuamos para ajudar a comunidade”.

A 3ª Conferência Internacional BAWB⁴³ Brasil, no Paraná, traz nitidamente esta idéia como pressuposto das suas práticas: “Empresas de todo o País tiveram mais uma oportunidade de mostrar como as ações sociais podem trazer benefícios para a sociedade e, ao mesmo tempo, aumentar o lucro delas” (BAWB, 2005).

⁴³ BAWB – Bussines as an Agent of World Benefit (Negócios como Agentes para um Mundo Melhor).

Em posicionamento oposto a uma verdadeira idéia de ética, algumas empresas lidam com a RSE de forma não só exclusivamente instrumental, mas distante de harmonizar discurso solidário com as práticas organizacionais, conforme apontado por Zadek (2003), onde fica evidenciado que não há foco na atuação social como contrapartida corporativa nem como resgate de valores:

[...] Até agora, a responsabilidade corporativa tem sido vista como um assunto fundamentalmente “micro”: uma variedade crescente de iniciativas voluntárias que procuram formas para que as empresas possam “fazer o bem” enquanto aumentam seu sucesso comercial. Essa busca tem, em grande parte, se concentrado em **como melhorar o desempenho social e de sustentabilidade da empresa a um custo mínimo ou, de preferência, como nítidos ganhos nos negócios**. Os fatos indicam que os efeitos de legitimidade e de produtividade proporcionados pela responsabilidade corporativa podem levar a ganhos significativos.[...] (sem grifos no original) (ZADEK, 2003, p. 5).

O tecido social e a humanidade do homem poderão ou não ser reconstituídos, entretanto, as organizações do setor privado não podem ignorar a inteligência dos demais atores ao tentar usurpar um lugar de reduto da ética, nascente de valores e ator conscientizador do homem que visa ensiná-lo a ser solidário e mais humano em suas relações sociais.

VIII REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABM. **Parcerias do Desenvolvimento Social: A Contribuição de Siderúrgicas e Metalúrgicas para a Construção de um País Socialmente Responsável**, São Paulo: Segmento, 2004, p.1 – 95.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT NBR 14724, 2ª. edição, 30 dez. 2005.

AKATU, I. **Empresas Antecipam Protocolo de Kyoto**, 2005, p. 1-2. Disponível em <<http://www.akatu.org.br>> Acesso em 31 jul. 2005.

ALBAN, AR. **Crise Ainda Tira a Tranqüilidade**. In: Bahia Indústria Revista da Federação das Indústrias do Estado da Bahia, Salvador, Ano XIV, nº 153, out. 2005, pp.01-30.

ALCÂNTARA, E. **O Neoliberalismo já foi de Esquerda**. In: Revista Veja Artigo, São Paulo, Editora Abril, edição 1790, fev.2003, ano 36, nº 11 , p. 47.

ALSSHOP, Revista de lojistas de Shopping, ano 10, nº 113, dez. 2004.

ALSSHOP Notícias, Revista de lojistas de Shopping Cobertura Especial ano 11, nº 124, Nov/2005, p.01-150.

AMOROSO, S. **Responsabilidade Social: Menos Marketing e Mais Ações**, publicado em 18.11.2003, p. 1-2. Disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com/article>> Acesso em 03 ago. 2005.

AQUINO, R. **Ricos Contra Pobres – Entrevista: Supachai Panitchpakdi**. In: Revista Veja, São Paulo: Editora Abril, 2002, pp. 11-15.

ARRUDA, M. C.C de, NAVRAN, F. **Indicadores de Clima Ético nas Empresas** In.: RAE – Revista de Administração de Empresas/EAESP/FGV, São Paulo, 2000, v.40, nº 3, p. 01-13, disponível em <<http://www.rae.com.br/publicacoesanteriores>> Acesso em ago. 2004.

AVRITZER, L. **Racionalidade, Mercado e Normatividade: Uma Crítica dos Pressupostos da Teoria da Escolha Racional**. In: Novos Estudos, São Paulo:cebrap, nº 44, mar. 1998, pp.165-178

BAWB, **Empresas Responsáveis – Ações Empresariais beneficiam População e Trazem Lucros**. In: Revista SESI Nacional, Brasília, UNICOM, ano 8, nº 79, out. 2005, pp.12-14.

BATISTA, C.A.M. **Inclusão no Trabalho**. In: BATISTA, C.A.M. (org.), **Inclusão dá Trabalho**, Belo Horizonte, Armazém de Idéias, 2000, pp.11 – 45.

BUENO, F. da S. **Minidicionário da Língua Portuguesa**, São Paulo, Editora Lisa, 5ª edição, 1991, p.587.

CANÇADO, A. C.; MEIRA, L.; SANTOS, E. F; REIS , T. **Economia Solidária e Cooperativismo: Manifestações de um Novo Paradigma?** In: Encontro Internacional de Economia Solidária, São Paulo, NESOL, 2004. 1 CD-ROM.

CHANLAT, J.F. **Por uma Antropologia da Condição Humana nas Organizações**. In.: O Indivíduo na Organização: Dimensões Esquecidas, São Paulo, Editora Atlas, 1996 pp. 21 – 45.

CHANLAT, J.F. **A Caminho de Uma Nova Ética das Relações nas Organizações**. Revista de Administração de Empresas / EAESP/ FGV, São Paulo, Ano 32, nº 03, Jul/Ago.1992, pp. 68-73.

COSTA, S.A., **Relação Capital e Trabalho: uma Questão Superada?** In: RAE Light, 1996, vol.3, nº1, p.4-8. Disponível em <http://www.rae.com.br/rae/light/EAESP/FGV> Acesso em 03 ago. 2004.

CREDIDIO, F. **A Outra Face do Bem: Empresas Investem na Área Social Mais por Marketing do que por Vocação**, 2003, p. 01-07. Disponível em <http://www.responsabilidadesocial.com/article/article> Acesso em 03 ago.2004.

CREDIDIO, F. **Direto ao ponto!**, 2003. Disponível em <http://www.responsabilidadesocial.com/article/article> Acesso em 03 ago. 2004.

CRESPO, A P. A e GUROVITZ, **A Pobreza como um Fenômeno Multidimensional**, RAE-eletrônica, v.1,nº 2, jul-dez. 2002, pp.01-12, disponível em <http://www.rae.com.br/eletronica> Acesso em ago. 2004.

CST- **Companhia Siderúrgica de Tubarão: Relatório Anual 2004**, Espírito Santo, 2005, pp. 01– 91.

DALLARI, A. **Direitos Humanos e Cidadania**. São Paulo: Moderna, 1998, 137p.

DAMATTA, R A **Antropologia no Quadro das Ciências**. In: DAMATTA,R.A, **Relativizando**, Rio de janeiro: Rocco, p.156-179 São Paulo, Cidade Editora, 1997.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, Lei nº 9.608 de 18 / 02 / 1998, Brasília, Distrito Federal, edição de 19/02/1998. Disponível em <http://www.portaldovoluntario.org.br> Acesso em ago. 2004.

DUPAS, G. **Grandes Assimetrias do Poder Mundial**, 2004, p. 1-2. Disponível em <http://www.ethos.org.br/docs/publicações/outraspublicações> Acesso em 16 jun. 2004.

DORIAN, M. A. **Repensando a Perspectiva Institucional e a Intervenção em Abrigos para Crianças e Adolescentes**, 2002. Disponível em www.revistacienciaeprofissao.org Acesso em 06 maio 2005.

ENRIQUEZ, E. **Os desafios Éticos nas Organizações Modernas** In.: RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.37,nº2,p.6-17, abr./jun. 1997. Disponível em <[www.rae.com.br/rae/ediçõesanteriores/colaboração internacional](http://www.rae.com.br/rae/ediçõesanteriores/colaboração_internacional)>, Acesso em ago. 2004.

ESPING - ANDERSEN, G. **O Futuro do Welfare State na Nova Ordem Mundial**. In: LUA NOVA, CEDEC, nº 35, 1995, pp. 73 – 109.

ETHOS, Instituto. **Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro - Pesquisa 2002**. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/conceitos praticas/publicações](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/publicações)> Acesso em 16 jun. 2004.

ETHOS, Instituto. **O que é Responsabilidade Social Empresarial?**, 2004. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/perguntas mais freqüentes](http://www.ethos.org.br/perguntas_mais_frequentes)> Acesso em 16 jun. 2004.

FARIA, J. H. **Poder e Participação: A delinqüência Acadêmica na Interpretação Tragtenberguiana**, RAE- Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul./set. 2001, FGV, v.41, nº 03, pp.70-76.

FERNANDES, A. **A Responsabilidade Social e a Contribuição das Relações Públicas**. Manaus, 2000, p. 01-06. Disponível em <<http://www.akatu.com.br>> Acesso em dez. 2004.

FERNANDES, R.C. **O que é Terceiro Setor**. Disponível em <<http://www.rits.org.br>>, acesso em 06.Mai.2005.

FERREIRA, A.B.de H. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa - 2ª edição revista e ampliada**, Rio de Janeiro, Editora Nova Fronteira, 1986, p.01 – 1838.

FRANÇA, S. R. R. de O. **Responsabilidade Social Empresarial nas Empresas do Pólo Industrial de Camaçari**, Dissertação de mestrado apresentada à Escola de Administração, UFBA, 2005, 160p.

FRANÇA FILHO, G. C.; DZIMIRA S. **Economia Solidária e Dádiva**. In: Revista Organizações & Sociedade, Salvador, jan./abr. 1999, v. 6, n. 14, pp.141-183.

FRANÇA FILHO, G. C. **Gestão Social: Um Conceito em Construção**. Texto apresentado no IX Colóquio Internacional sobre Poder local em Salvador – BA, 15-17/06/2003, pp. 01-06.

FRANÇA FILHO, G. C. **O Comércio Justo – Do Mercado Paralelo à Participação na Economia de Mercado**. In: Revista Produzir, Salvador, SEPLAN-BA, 2002, pp.73-74.

FRANÇA FILHO, G. C. **Terceiro Setor, Economia Social, Economia Solidária e Economia Popular: Traçando Fronteiras Conceituais**. Bahia Análise & Dados, Salvador, 2002, v. 12, n. 1, pp.9-19.

GASKELL, G. **Entrevistas Individuais e Grupais**. In: BAUER, M., GASKEL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem, e Som – um Manual Prático**. Petrópolis, Editora Vozes, 2002. pp.64 – 89.

GAZETA MERCANTIL, C da. **O Fator Humano é que Atrapalha**. In: Gazeta Mercantil. São Paulo, 1995, p.4.

HAMPTON, D. R. **Administração Contemporânea: Teoria, Prática e Casos**. São Paulo: McGraw-Hill, 1980, p.01-04. Disponível em <<http://www.rits.com.br>> Acesso em ago. 2004.

HAYDEL, B.F. **A Administração Estratégica de Programas de Responsabilidade Social em Empresas Multinacionais – Percepções da Alta Diretoria**, RAE-Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul.set/1989, v. 29, nº 03, p.05-29. Disponível em <<http://www.rae.com.br/rae/edicoesanteriores>> Acesso em ago. 2004.

HABERMAS, J. **A Nova Intransparência – A crise do Estado de Bem Estar Social e o Esgotamento das Energias Utópicas**. In: Novos Estudos CEBRAP, São Paulo, 1987, nº 18, 1987, pp. 103 – 114.

KING, D.S. **O Estado de Bem Estar em Democracias Avançadas**. In: Novos Estudos, São Paulo: CEBRAP, nº22, 1988, p53-57.

LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C.; TEIXEIRA, J.J.V. (orgs). **O Discurso do Sujeito Coletivo - Uma Nova abordagem Metodológica em Pesquisa Qualitativa**, Caxias do Sul: EDUCS, 2000, 138p.

LUBISCO, Nídia M. L. e VIEIRA, Sônia C. **Manual de Estilo Acadêmico: Monografias, Dissertações e Teses**. Salvador: EDUFBA, 2003.

MACEDO, R.S. **A Etnopesquisa Crítica e Multirreferencial nas Ciências Humanas e na Educação**, Salvador: EDUFBA, 2000, 279p.

MACLVER, R.M. **Apresentação** In: POLANYI, K. **A Grande Transformação-As Origens da Nossa Época**. Rio de Janeiro:Editora Campus, 1980 pp. 09-11.

MAINARDI, D. **Banqueiro Tem Razão**. In.: **Revista Veja**, São Paulo, Editora Abril, 2002, Ano 35, edição 1751, nº 19, p.124.

MARX, K. **A alienação do Trabalho** In.: _____ **Manuscritos Econômico-Filosóficos e outros Textos Escolhidos**, São Paulo: Nova Cultura, 1991, pp.142-156.

MATTAR, H. **Os Novos Desafios da Responsabilidade Social empresarial**. In:Reflexão. 2001, ano 2, n.º 05, Julho, 20p. Disponível em <<http://www.ethos.org.br>>, Acesso jul.2004.

MATTAR, H. **Consumo Consciente e Responsabilidade Social Empresarial** In.: _____, **Meio Ambiente Brasil: Avanços e Obstáculos pós Rio 92**, 2004,

02p. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/docs/publicações/outraspublicações.>>. Acesso em 16 jun.2004.

MATTEUCCI, N. **Liberalismo**. In: BOBBIO, N; MATTEUCCI, N; PASQUINO, G. **Dicionário de Política**, Brasília: Editora universidade de Brasília, 2000, 5º Edição, v.2, pp.686-705.

MELO NETO, F. de; FLORES, C. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O caso Brasileiro**. Rio de Janeiro: Quality Mark, 2001, 223p.

MENDONÇA, R. **O Paradoxo da Miséria**. In: Revista VEJA, São Paulo:Ed. Abril, 2002, ano 35, nº 03, edição 1735, p.82-93.

MINAYO, M.C. de S. **Introdução à Metodologia de Pesquisa Social** In: **O Desafio do Conhecimento**. São Paulo: Ed. HUCITEC, 2000, pp. 19–36.

_____. **Saúde e Doença como Expressão Cultural**. In:_____, **Saúde, Trabalho e Formação Profissional**. Ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1997, p. 31-39.

MOREIRA NETO, M. **Subjetividades e Movimentos Sociais – Pontos para Discussão**. In.: OLIVEIRA, F.B. de e FORTUNATO, M.L.(orgs.) **Ensaio: Construção do Conhecimento, Subjetividade, Interdisciplinaridade**, João Pessoa: Editora Universitária, 2001, pp. 109– 22.

NÓBREGA, S. M. **Princípio da Indissociabilidade Indivíduo Sociedade: Questões sobre o Caráter Cognitivo das Representações Sociais**. In.:_____, **Ensaio Construção do Conhecimento, Subjetividade, Interdisciplinaridade**. João Pessoa, Ed. Universitária, 2001, p.123-133.

OLIVEIRA M. **Pensamento Estratégico na Área Social** In.: Bahia Indústria Revista da Federação das Indústrias do Estado da Bahia, Salvador, Ano XIV, nº 152, 2005, p. 11.

OLIVEIRA, R. O. **“Tudo é Arriscado”:** **A Representação do Trabalho entre Trabalhadores Informais da Construção Civil**. Salvador, Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Saúde Coletiva, UFBA, 2004, 195p.

ORENSTEIN, L. **Do Mal ao Bem Coletivo: Jogos de Tempo e as Possibilidades de Cooperação**. In: DADOS – Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro: IUPERJ, V 36, nº 1, 1993, pp. 63-88

PASTORE, J. **Oportunidades de Trabalho para Portadores de Deficiência**. São Paulo: LTR editora, 2000, p. 34-157.

PINEDO, V. **Ética e Valores nas Empresas: Em Direção às Corporações Éticas**. In: Instituto Ethos Reflexão, São Paulo, ano 4, nº 10, 2003. Disponível em <<http://www.ethos.org.br/publicações>> Acesso em ago. 2004.

PINHO, A. **A Evolução do Estado Moderno** In.: Cadernos FLEM A Gestão Pública – Desafios e Perspectivas, Salvador: EGBA, 2001, pp.27-42 .

POLANYI, K. **A Grande Transformação–As Origens da Nossa Época**, Rio de Janeiro: Campus Ltda, 1980, 305 p.

PRZEWORSKI, A. **A Social-Democracia Como um Fenômeno Histórico**. In: _____ **Capitalismo e Social Democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. pp.19-63;

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L.V. **Manual de Investigação em Ciências Sociais –** trajectos. 2ª ed. Lisboa: Gradiva, 1998. 281p.

RAMOS, A. G. **A Nova Ciência das Organizações – Uma Reconceituação da Riqueza das Nações**, Rio de Janeiro, 1989, FGV, 2ª edição, 207p.

RANGEL, S.M.L. **“Cadê o Meu Aumento ou Vou Causar Acidente: Um Estudo de Caso da Cultura de Risco numa Indústria Petroquímica”**. Dissertação de Mestrado em Saúde Comunitária – ISC/UFBA, Salvador, 1992, 278p.

REGO, A. **Climas Éticos e Comportamentos de Cidadania Organizacional**, RAE-Revista de Administração de Empresas, São Paulo, Jan/Mar/2002, São Paulo, v. 42, nº 01, p.50-63. Disponível em <<http://www.rae.com.br/rae/ediçõesanteriores>>, Acesso em jan. 2006.

REVISTA ÉPOCA NEGÓCIOS, 18/07/2005, Rio de Janeiro: Globo.

REVISTA VEJA, São Paulo: Abril, 08.08.2001, ano 34, nº31, edição 1712.

REVISTA VEJA, São Paulo: Abril, 03.04.2002, ano 35, nº 15.

REVISTA VEJA, São Paulo: Abril, 23.04.2003, ano 36, nº 16,

REVISTA VEJA, São Paulo: Abril, Jan/ 2005, ano 38, nº 01, edição 1886.

REVISTA VEJA, São Paulo: Abril, 27/04/2005, ano 38, nº 17, edição 1902.

ROCHA, F . **Cidadania Empresarial: Um Caminho Sem Volta**, publicado em 14.05.2003. Disponível em <<http://www.responsabilidadesocial.com/article/article>>, Acesso em 03 ago. 2004, pp.1-2.

SADER, E. **ONG´s ou Movimentos Civis?** In: Jornal À TARDE, Salvador, 2005, p.01

SALMON,A. **Ética e Capitalismo**, Texto ainda não publicado 2005, 16p.

SCHROEDER, J.T e SCHROEDER, I. **Responsabilidade Social Corporativa: Limites e Possibilidades**. RAE-eletrônica, Editora FGV, 2004, v.3, nº1 Jan/Jun, p.01-09. Disponível em <<http://www.rae.com.br/eletrônica>> Acesso em dez.2004.

SENNÁ, V **A Ética da Co-Responsabilidade**. In: Revista Conjuntura Social, Rio de Janeiro, 2000, Ano 2 - # 5, pp.18-19.

SILVA FILHO, J.C.L. da, **Uma Revisão sobre a “Tragédia dos Bens –Comuns” e o Meio Ambiente como Bem Comum**.

SILVEIRA, M. **A Revolução do Talento**. In.: Revista Exame - Melhores Empresas para você Trabalhar Edição Especial, São Paulo, 2004 pp. 12 – 19.

SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2002, pp.05-23.

SISTEMA FIEB. **Responsabilidade Social Empresarial no Estado da Bahia**, Salvador, 2005, pp. 01-46.

SOARES, G.M. de P. **Responsabilidade Social Corporativa: Por Uma Boa Causa!?** . RAE-eletrônica, FGV, v.3, nº2, Art.23, Jul/Dez 2004., pp.01-14, Disponível em <<http://www.rae.com.br/eletronica>> Acesso em dez.2004.

STONER, J. A. **Administração**, Rio de Janeiro, Prentice-Hall, 1985, 02p. Disponível em <<http://www.rits.org.br>> Acesso em 06 maio 2005.

TORRES JÚNIOR, A S. **Retórica Organizacional: Lógica, Emoção e Ética no Processo de Gestão**, RAE – Eletrônica, v.1, nº 2, Jul- Dez/2002, pp.01-11. Disponível em <<http://www.rae.com.br/electronica>> Acesso em ago. 2004.

TREVISAN, F.A. **Balço Social como Instrumento de Marketing**. RAE eletrônica, v. 1, nº2, Jul / Dez 2002, p.01-11. Disponível em: <<http://www.rae.com.br/eletronica>> Acesso em Ago.2004.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Pesquisa Qualitativa**. In:_____. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais – a Pesquisa Qualitativa em Educação**. São Paulo: Atlas,1997, p.166-73.

VERGARA, S.C e BRANCO, P.D. **Empresa Humanizada: A Organização Necessária e Possível**, RAE – Revista de Administração de Empresa/FGV/EAESP, São Paulo, Abr./Jun.2001, v.41, nº2,p.20-30. Disponível em <<http://www.rae.com.br>> Acesso em ago.2004.

XAVIER, S. da S, “**É Como se a Gente Estivesse em Casa**”: **Representações e Práticas Acerca do Trabalho e dos Riscos à Saúde no Serviço Doméstico Remunerado**, Salvador, Dissertação de Mestrado apresentada ao Instituto de Saúde Coletiva. UFBA, 2005, 195p.

WEINBERG, M. **Entrevista Fred Greenstein – O Dom da Liderança**, In.: Revista VEJA, São Paulo:Abril, Edição 1799, ano 36, nº 16, 23 de abril, 2003, pp.11, 14-15.

WOOD JR, T. **Organizações de Simbolismo Intensivo**. In: RAE-Rervista de Administração de Empresas, São Paulo, Jan/Mar.2000, v.40, nº 01, pp.20-28

ZADEK,S; SABAPATHY, J; DOSSING,H e SWIFT,T. **Agrupamentos de Responsabilidade Corporativa: Alavancando a Responsabilidade para Atingir Benefícios Competitivos Nacionais.** In: Instituto Ethos Reflexão, São Paulo, ano 4, nº 9, 2003, p. 01-12. Disponível em <http://www.ethos.org.br/publicações> Acesso em out. 2004.

XIX APÊNDICES

Apêndice I



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
 NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
 MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

Apêndice I: Roteiro de Entrevista

Nº / Data da entrevista:

Módulo I

Identificação fictícia:

1. Qual o seu 1º nome, idade e escolaridade? Sexo: F () M()
2. Qual o seu vínculo com a (NOME DA EMPRESA) ?
3. Há quanto tempo trabalha na (NOME DA EMPRESA), qual a sua função / cargo na empresa?
4. Qual o seu setor (adm/ operação) e que atividades você desempenha?
5. Trabalha ou trabalhou em outra empresa? Qual empresa e ramo? O que você fazia lá?

Se trabalha ou já trabalhou em outra empresa antes:

6. A empresa possuía programa de RSE? Quais ações ela realizava neste campo?
7. Você tinha acesso ao programa e às ações?
8. O que você achava destes programas?

Modulo II:

Questões:

1. Para você o que é Responsabilidade Social?
2. Sua empresa realiza a Responsabilidade Social ?
3. De que maneira?
4. O que você acha disso?

5. Quem seria responsável pela solução de problemas sociais?
6. E dos problemas ambientais?
7. Que atores têm obrigação de ser socialmente responsáveis?

Se não houver contemplado a sociedade civil em suas respostas:

1. Você acha que as pessoas (individual e coletivamente) são responsáveis pelos problemas sociais? Como? Por quê?
2. Você acha que as pessoas (individual e coletivamente) são responsáveis pelos problemas ambientais? Como? Por quê?

Módulo III

1. Para você o que é Responsabilidade Social Empresarial?
2. Para você, a empresa tem obrigação com o social? E com o meio ambiente?
3. Quando uma empresa atua de forma solidária, o que isso pode significar?
4. Pra você, o que difere uma empresa socialmente responsável de outra que não tem este posicionamento?

Contato: Telefone / celular / Endereço

2º Contato / Entrevista – Tirar dúvidas sobre entrevista anterior

5. Você percebe diferenças entre os valores de uma empresa que tem programa de RSE e outra que não tem tais programas? Quais? O que leva você a tais conclusões?
6. Sua empresa realiza ações de RSE? Quais?
7. O que você sabe sobre esta atuação? Você participa de algum dos programas de RSE da empresa? Como? Por quê?
8. Você percebe mudanças na organização após implantar propostas de RSE? Quais?
9. Você percebe mudanças na sua vida pessoal / profissional após proposta de RS da empresa? Quais?
10. Para você, a empresa pode melhorar os problemas sociais da comunidade externa? Como? Quais?
11. Para você, a empresa pode melhorar os problemas ambientes? Como? Quais?

12. Em sua opinião, esta organização prevê ações que evitem impactos negativos para o ambiente e sociedade, decorrentes do próprio negócio?
13. Você acha que sua empresa pode colaborar para melhorar o país (cidade, Estado)? Como?
14. Você identifica mudanças na organização após as propostas de atuação em RS?
15. Para você, após a decisão da empresa de atuar em RSE houve impacto na relação da empresa com os trabalhadores? Quais? Por quê?
16. O que você acha das condições de trabalho na empresa? Por que acha isso?

Se expressar avaliação de valor “boa” ou “ruim”, tentar detalhar:

17. O que é ter “boas” condições de trabalho para você? E condições ruins?
18. Você pode identificar alguma ação de RS que tenha gerado melhorias para as partes interessadas (acionistas, empregados, comunidade, mídia)? Quais? Como?
19. A organização prevê ações que evitem impactos negativos para o ambiente e sociedade, decorrentes do próprio negócio?
20. Você é estimulado a atuar de maneira socialmente responsável? Como?
21. Para você, o que poderia ser melhorado na empresa?
22. A empresa tem trabalhadores terceirizados? Quantos? O que você acha disso?
23. Você percebe diferença nas condições de trabalho entre efetivos e terceirizados?
24. Quais as vantagens da terceirização para a empresa? E para os trabalhadores?
25. O que leva uma empresa a ter cinquenta por cento da mão-de-obra terceirizada?

Tentar retomar questões e verificar semelhanças e diferenças entre a empresa estudada e outras organizações em que já esteve:

Se trabalhar ou já trabalhou em outra empresa antes:

- Você percebe diferenças entre a (NOME DA EMPRESA) e a(s) outra(s) organização(ões) em que você esteve? Quais?
- A que você atribui tais diferenças?

Se trabalhou em empresas sem Programas de RSE:

9. Você percebe diferença entre nas relações que a (NOME DA EMPRESA) estabelece com seus funcionários e as relações vivenciadas / observadas nas empresas anteriores? Quais?

Apêndice II



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
Núcleo de Pós-Graduação em Administração
Mestrado Acadêmico em Administração

Termo de Consentimento Informado

Data: _____

Eu,

_____concor
do em participar da pesquisa “**Representações Sociais em Responsabilidade Social Corporativa: imagens e substâncias Refletidas pelo Olhar dos trabalhadores**”, que tem por objetivo conhecer as representações sociais, a percepção e os discursos coletivos dos trabalhadores da (NOME DA EMPRESA) com relação à atuação em Responsabilidade Social desta organização, concedendo entrevista e estando ciente de que a mesma será gravada, mas não identificável. Estou ciente que os dados serão tratados de forma confidencial e sigilosa. Do mesmo modo, meu nome não será citado, nem identificado, sendo usado nome fictício em substituição ao meu no tratamento dos dados.

Autorizo o uso das informações para fins científicos e estou ciente de que poderei desistir de participar da pesquisa em qualquer fase da mesma, sem que eu seja submetido(a) a qualquer penalidade ou indenização de qualquer espécie.

Aceito, livremente, participar da pesquisa, conforme os termos acima representados.

ASSINATURA DO (A) ENTREVISTADO (A)

ASSINATURA DA PESQUISADORA

Apêndice III:

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO**

Solicitação de Permissão para Realização de Pesquisa Acadêmica na Empresa

À Gerência da (NOME DA EMPRESA)

Em, 23/11/2004

Prezado (a) Senhor (a),

Vimos pelo presente, solicitar a V.Sa., permissão para que Maria Estela Araújo Ferreira Santos, aluna do Curso de Mestrado Acadêmico em Administração desta Escola no Núcleo de Poder Local, proceda ao levantamento de dados através de entrevistas com trabalhadores efetivados dessa conceituada Instituição, para fins de elaboração da dissertação de mestrado intitulada: **“Representações Sociais em Responsabilidade Social Corporativa: imagens e substâncias Refletidas pelo Olhar dos trabalhadores”**.

Encaminhamos Projeto de Pesquisa apresentado à Escola de Administração de modo a favorecer maior conhecimento quanto ao formato, objetivos e procedimentos implicados neste estudo.

Esperando contar com a colaboração de V.Sa., subscrevemo-nos.

Atenciosamente,

Apêndice IV:

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
NPGA - MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO

Termo de Compromisso

Tendo em vista o acordo verbal firmado com a (NOME DA EMPRESA) para realização de pesquisa científica junto ao seu quadro funcional, venho por meio deste termo de compromisso assegurar o sigilo no tratamento das informações prestadas, de modo a preservar a organização, seus trabalhadores e interesses.

Neste sentido, asseguro que a empresa pesquisada permanecerá **não** identificada nesta pesquisa intitulada “**Representações Sociais em Responsabilidade Social Corporativa: imagens e substâncias refletidas pelo olhar dos trabalhadores**”, não sendo feitas referências ao nome ou dados da organização que possam colaborar para identificá-la publicamente, seja no texto da dissertação ou publicações geradas a partir desta pesquisa, exceto se previamente autorizado pela empresa.

Do mesmo modo, asseguro que serão preservados nomes e informações prestadas pelos funcionários participantes como entrevistados. Sendo sigilosos os conteúdos de toda e qualquer entrevista durante e após a fase de coleta de dados da pesquisa.

Oportunamente, ressalta-se o interesse acadêmico deste estudo de aprofundar conhecimento quanto ao fenômeno da Responsabilidade Social, o que poderá contribuir para o avanço das práticas e conceituação da atuação social realizada pelas organizações.

Cordialmente,

Maria Estela Araújo Ferreira Santos
Pesquisadora

