

La Responsabilidad Social Empresarial según las Empresas Paulistas

VII Jornadas de Estudios Sociales de La Economía: “*El carácter social de los procesos y objetos económicos*”

Eje 3: Estudios sociales de las empresas y los empresarios

Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr

Maestra en Sociología por la Universidad de Brasilia (UNB)

Autorizo la publicación del *artículo* en el respectivo CD del evento

**Universidad Nacional de San Martín • Instituto de Altos Estudios Sociales
24 al 28 de septiembre de 2012, Buenos Aires, Argentina**

La Responsabilidad Social Empresarial según las Empresas Paulistas¹

Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr²

Introducción

Este *artículo* propone una reflexión sobre los cambios en la acción empresarial brasileira, por medio del fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a la luz de las mudanzas en las creencias capitalistas occidentales. Con foco en un grupo específico de empresas brasileiras - nacionales, paulistas, privadas y practicantes del modelo de RSE, se busco ilustrar específicamente las mudanzas en la acción de estas empresas a partir de la identificación de sentidos subjetivamente compartidos entre el grupo investigado al que fue a la función de la empresa en la sociedad capitalista contemporánea y a lo que fue el modelo de RSE en el Brasil.

Partimos de la comprensión de la empresa como en el ámbito de la Sociología de la Empresa, en Sainsaulieu y Kirschner (2006), de un microcosmos donde las transformaciones del sistema económico para el cual actúa son reproducidas. El modelo de RSE fue comprendido como el ideal de relación entre empresa y sociedad en la contemporaneidad, favorecido por las transformaciones sufridas en el *espíritu del capitalismo*. Frente al estudio de mudanzas en la acción capitalista, se hizo necesaria la reflexión sobre la transformación valorativa del capitalismo occidental³ con la intención de identificar en que momento histórico este modo de producción pasó a acoger y animar la propuesta de la RSE y de que forma.

El trabajo de estudiar procesos de mudanza se amparó en marcos teóricos que permitieran la comprensión de la acción por los propios agentes. Como se buscó comprender la RSE a partir de quien la portaba - las empresas, se optó por asumir marcos sociológicos que resaltaran esa reflexividad del agente, respectivamente, la Sociología Comprensiva de Weber (1999) y la reciente Sociología Pragmática Francesa de Luc Boltanski y Laurent Thévenot (2006, 2011).

El foco del estudio siempre estuvo en la comprensión de la acción por los propios agentes, en sus sentidos subjetivos, en sus operaciones críticas, en la intencionalidad de quien práctica el dicho modelo de RSE. Ambas teorías mencionadas enfatizan el agente. La primera (Sociología

¹ El *artículo* presenta resultados de la disertación de maestría de la autora, defendida en el Departamento de Sociología de la Universidad de Brasilia (UNB), en julio de 2011, y que contó con apoyo del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq). Contenido similar al *artículo* fue presentado en el VIII Workshop Empresa, Empresarios y Sociedad, en la Universidad Federal del Paraná (UFPR), entre 29/05/12 y 31/05/12, en Curitiba, Paraná, Brasil.

² Maestra en Sociología por la Universidad de Brasilia (UNB). Graduada en Relaciones Internacionales por la Universidad Católica de Brasilia (UCB). E-mail: jacianemilanezi@hotmail.com.

³ Durante el *artículo* las palabras “transformaciones”, “mudanzas”, “revigoramiento” y “revitalización” no están empleadas para designar juicios de valor favorable o desfavorable en torno del sistema capitalista, pero como indicativo de que el conjunto valorativo que sustenta este modo de producción pasó por diferenciaciones.

Comprensiva), por los sentidos subjetivamente compartidos que los individuos prevén al comportamiento humano. La segunda (Sociología Pragmática), por las operaciones críticas que los agentes son capaces de emprender en el transcurso de la acción.

De la Sociología Comprensiva, la categoría de *acción social* - con los elementos fundamentales del sentido, del agente y del compartir – posibilitó comprender el fenómeno de la RSE por la aprensión del sentido subjetivamente compartido atribuido al mismo por el grupo de empresas investigado. También, el retorno a los tipos ideales weberianos que determinan la acción social, específicamente la acción social de modo racional referente a fines, permitió revisitar el valor distintivo del modo de producción capitalista, la racionalidad, para contraponer creencias competidoras que el sistema pasó a incorporar y que la flexibilizaran. E, por fin, la noción del *espíritu del capitalismo*, como un conjunto de creencias que sustenta el modo de producción capitalista, fue retomada para verificar las mudanzas en su contenido en el paso del tiempo que animaran la RSE.

Con la Sociología Pragmática, se complementó la categoría de acción social weberiana a partir del análisis de las *justificaciones* que los individuos presentan en situaciones de disputas no violentas. Con el instrumental metodológico de los diferentes regímenes de justificaciones de la contemporaneidad, las *Ciudades* - tipologías ideales que significan convenciones generales evocadas por los individuos para orientar sus operaciones críticas en los momentos de desentendimientos, se pueden evidenciar mejor los sentidos dados a la acción empresarial socialmente responsable por el grupo de empresas investigado, especialmente por la recurrencia a las *Ciudad Industrial* y *Ciudad por Proyectos*. También, para permitir la identificación de las transformaciones valorativas del capitalismo, se usó la categoría del *espíritu del capitalismo* actualizada por la Sociología Pragmática.

La *Ciudad Industrial* y la *Ciudad por Proyectos* fueron herramientas importantes para la comprensión del proceso de transformación del sistema valorativo del capitalismo y, consecuentemente, para la evidencia de cómo esa transformación animó la organización del modelo de RSE; principalmente, en el momento de transición de un *espíritu* a otro, cuando se encuentran en contraposición las lógicas valorativas de esas dos convenciones.

La *Ciudad Industrial* tiene como principio superior común la eficacia. El estado de grandeza es ser el más productivo, el más funcional, el más útil, como en el caso de los profesionales altamente calificados. Las personas son consideradas a partir de la capacidad de producción. Hay claramente en ese régimen de justificación una jerarquía de calificaciones: los gerentes, los supervisores, los técnicos. Los objetos que habitan esa ciudad son todos diseccionados para la medición de la eficacia, tales como informes, índices, evaluaciones. Las relaciones ocurren en función de la funcionalidad que los seres presentan.

La *Ciudad por Proyectos* fue elaborada a partir del estudio empírico de la Sociología Pragmática sobre las justificativas de los empresarios del siglo XX para continuar comprometidos en el modo de producción capitalista. Los sujetos y objetos de la *Ciudad por Proyectos* están habituados a un mundo conexionista, metaforizado en la figura de las redes. No es más el espacio de las relaciones jerárquicas, ni burocráticas, pero sí de las relaciones reticulares. En ese ambiente, en la ausencia del patrio poder y de los jefes, las personas son autónomas. Ellas mismas definen los rumbos de su desarrollo profesional por la libre decisión de cuál proyecto profesional se involucrar. El proyecto les permite establecer relaciones temporarias, pero re-activables, con personas diferentes. Lo importante, por medio del proyecto, es conectarse, comunicarse, inserirse en redes, establecer alianzas y nunca encerrarse en sí mismo.

Son los comportamientos favorables a las conexiones que definen el estado de grandeza en la *Ciudad por Proyectos*. Grande es aquel que sabe integrarse a los diversos proyectos, ampliar sus redes e involucrar a otros. El sabe “establecer intercambios estratégicos fuera de la jerarquía y de las fronteras” (AUBREY apud BOLTANSKI y CHIAPELLO, 2009, p. 148). Como cualidades intrínsecas, el será comunicativo, cautivante, creativo, adaptable, flexible, polivalente, empleable. Otra característica fundamental del grande en la ciudad por proyectos es su confiabilidad. Como en el mundo conexionista las relaciones son típicamente de alianzas, es necesaria la confianza entre los involucrados en la conexión. El grande debe, por encima de todo, ser confiable.

Reflexiones sobre la relación entre mudanzas valorativas del capitalismo y organización del modelo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

El trabajo tomo como prioritario para la comprensión del fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) la categoría weberiana *espíritu del capitalismo*, aquel conjunto de creencias propio de este modo de producción que lo sustenta y se reformula en el paso de los tiempos. De esa forma, fue imprescindible tener una reflexión sobre como las mudanzas en el conjunto de las creencias capitalistas posibilitaron la acción empresarial para más allá de la función racional económica.

Weber (2004) nos indica que el *espíritu del capitalismo*, cuya racionalidad económica fue animada por la racionalidad de la ética protestante, poseía como elementos principales el deber de la adquisición, la exaltación del trabajo, la asignación uso del tiempo para la adquisición de riqueza, la constante reproducción de la riqueza, el ejercicio de la puntualidad, el ejercicio de la honestidad, la *presteza*, la habilidad; la filosofía de la avaricia. Todos los comportamientos del estilo de vida capitalista servían al deber de la adquisición. Era la típica acción social racional referente a fines de la Sociología Comprensiva, ilustrativa del comportamiento humano pautado por la relación adecuada entre medios y fines.

El *espíritu del capitalismo* pasó por mudanzas en su contenido en el transcurso de los siglos XIX y XX. Para comprenderlas, se recorrió al estudio de la Sociología Pragmática sobre el capitalismo, en Boltanski y Chiapello (2009), cuando los autores identificaron el proceso de transformaciones en el *espíritu del capitalismo*, la configuración del actual espíritu y un nuevo régimen de justificación en el cuál las personas se apoyan para justificar su compromiso en la acción capitalista contemporánea, la ya mencionada *Ciudad por Proyectos*.

Boltanski y Chiapello (2009) complementaron la categoría weberiana *espíritu del capitalismo* al definirla como el conjunto de creencias de los individuos que los lleva a asociar a las actividades económicas capitalistas. Para los autores, es el responsable por comprometer los principales protagonistas del sistema en la acción económica capitalista, los grandes propietarios, los directores asalariados, los administradores de fondos, los accionistas y los gerentes⁴. También identificaron que el *espíritu del capitalismo* siempre tuvo tres dimensiones, independientemente de la variación de su contenido entre los años: (1) entusiasmo, (2) garantía y (3) bien común. Entre los siglos XIX y XX, esos elementos siempre estuvieron presentes en tres espíritus del capitalismo, pero con contenidos diferenciados.

El **primer espíritu del capitalismo**, del final de siglo XIX, tiene como característica principal su carácter familiar. En la ausencia de la figura de la empresa burocrática (segundo espíritu del capitalismo) o de la empresa en redes (tercero espíritu del capitalismo), la forma económica capitalista era conducida en el seno de la familia. Se tiene como figura caricaturesca el empresario individual. El que atraía las personas a comprometerse en el capitalismo (el entusiasmo) era la especulación, la innovación, el riesgo. El usufructo de los resultados de la acción capitalista era asegurado por la avaricia (la garantía). El que justificaba el compromiso en el capitalismo (la dimensión del bien-común) era la creencia en el beneficio del sistema para el progreso de la sociedad. Lo que pasaba era que la racionalización de la vida era constantemente dificultada por disposiciones contrarias a la racionalidad, típicas de la acción social de modo tradicional, que trabaron el capitalismo en su inicio.

Los protagonistas del primer espíritu del capitalismo basaban sus justificaciones de compromiso en el sistema más en la *Ciudad Doméstica* del que en cualquier otro régimen de justificación. La recurrencia de los individuos a la lógica jerárquica familiar, al principio superior común de la jerarquía, era mayor de que el apelo a la racionalidad. Es por este motivo que se considera que el conjunto de creencias del capitalismo del final del siglo XIX está ancorado, principalmente, en el tipo ideal de la *Ciudad Doméstica*.

⁴ A pesar del foco de Luc Boltanski y Ève Chiapello en los llamados protagonistas del capitalismo, hay elementos en su obra de que los espíritus del capitalismo también comprometen los trabajadores. Ver: BOLTANSKY, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

El **segundo espíritu del capitalismo**, entre los años 1930 y 1960, tenía como características principales la empresa burocrática, una masa de dirigentes asalariados y la figura heroica del director. El contenido del espíritu mudo en comparación al primero a partir de la crítica radical de los protagonistas del sistema en relación a las creencias del primer espíritu. En este nuevo período, los capitalistas abominaban el carácter familiar, el nepotismo, la promoción por fidelidad, comportamientos típicos de la acción social tradicional del feudalismo. El nuevo espíritu capitalista buscaba definitivamente asignar la racionalidad en la acción económica. Lo que pasó a atraer las personas a comprometerse en el capitalismo (el entusiasmo) fue la oportunidad de hacer carrera en la organización empresarial y la posibilidad del consumo en masa por medio del proceso adquisitivo garantizado. Lo que aseguraba a las personas el usufructo futuro de los resultados de la acción capitalista (la garantía) era la racionalización de las carreras. Lo que justificaba el compromiso al sistema (el bien común) continuaba siendo el ideal industrial del espíritu anterior, bastante fortalecido en el segundo espíritu del capitalismo. Paralelo al ideal industrial, surgió un cívico, con el mito de que la forma económica capitalista solidarizaba la producción, el consumo y la justicia social.

Los protagonistas del segundo espíritu del capitalismo poseían sus justificaciones ancoradas mas en la *Ciudad Industrial*, en el principio superior de la jerarquía, de que en cualquier otro mundo valorativo. La exacerbación de la racionalidad, del principio superior común de la eficacia, es evidente en todas las dimensiones del segundo espíritu del capitalismo, sea en el que atraía las personas, en la expectativa futura de usufructo o en la justificativa para el comprometimiento.

A partir de los años 60, en un nuevo proceso de crítica radical a los principios del espíritu antecedente, los protagonistas del capitalismo pasaron a atacar la creencia racional. Había una crítica a la racionalidad, pero no el deseo de su extinción. Los ejecutivos estaban insatisfechos con el papel de simple transmisores de órdenes, sin autonomía de actuación, sin poder de decisión, sin libertades, víctimas de la burocracia organizacional. Como solución a esos problemas identificados, propusieron la descentralización de las decisiones, a flexibilización de la burocracia, la evaluación por medio de la meritocracia y por una administración por objetivos.

Ese segundo movimiento de crítica radical irá culminar, en la década de 90, en el **tercer espíritu del capitalismo**, vigente hasta el momento. Tiene como característica principal la globalización de las organizaciones, representada por las multinacionales. A pesar de internacionalizadas, las empresas son mas pequeñas, actuantes en redes, sus actividades se dan por medio de proyectos temporarios y no más por tareas burocráticas duraderas. La figura caricaturesca en el espíritu vigente es el gerente con la distinción de ser un líder carismático. Lo que pasa a atraer a las personas a comprometerse en el capitalismo (el entusiasmo) es el poder de escoger en lo que se envolverán, en diferentes proyectos que valgan la pena, coordinados por una persona excepcional.

Lo que les asegura a las personas el usufructo de los resultados de la acción capitalista (la garantía) es la empleabilidad en los proyectos y no más de las carreras. Ser empleable, en el sentido de tener competencias para involucrarse en diferentes proyectos, es más importante de que escalar posiciones de poder en la empresa. Finalmente, lo que justifica el compromiso (el bien común) es el ideal cívico, más fortalecido que el espíritu anterior, que inaugura una forma capitalista que legitima la obtención del lucro.

Los protagonistas del capitalismo vigente no recorren ni a la *Ciudad Doméstica* ni a la *Ciudad Industrial*, sino a la *Ciudad por Proyectos*. Es en este nuevo régimen de compromiso en que se apoyan los protagonistas para justificar su continua adhesión a la acción capitalista, principalmente, se es llevado en consideración el constante apelo a las conexiones provenientes de la nueva forma de trabajar por proyecto. Este es el principio superior común de la nueva convención, considerado un *locus* abstracto de conexiones entre las personas. Estas viven en función de ese instrumento y no por la posición en la jerarquía familiar, típico de la *Ciudad Doméstica* y del primero espíritu capitalista, ni en función de las reglas burocráticas, típico de la *Ciudad Industrial* y del segundo espíritu del capitalismo.

El estudio francés de la transformación de los elementos valorativos del capitalismo presenta que durante el período del segundo espíritu del capitalismo, las convenciones a las cuales los protagonistas más recorrieron para justificarse fueron las de la *Ciudad Industrial*, *Ciudad Doméstica* y *Ciudad Mercantil*, en este orden. Con relación al tercer espíritu del capitalismo, los protagonistas continuaron recorriendo la *Ciudad Industrial*. En seguida, a la *Ciudad por Proyectos*. Después, a la *Ciudad Mercantil*. Se interpreta que la lógica industrial, consecuentemente la racionalidad, continúa guiando la acción capitalista predominantemente. Con todo, la lógica por proyectos es identificada como un nuevo conjunto de disposiciones asociada al tercer espíritu del capitalismo que flexibiliza la racionalidad. Comprender, entonces, la acción capitalista contemporánea exige referencias a la racionalidad y, también, a nuevas convenciones contradictorias a ella.

La misión de exponer mudanzas en la acción empresarial brasilera, en el caso la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), demandó hacer una reflexión sobre cuanto esas mudanzas valorativas en el sistema capitalista favorecieron la organización de ese fenómeno y en que términos. Esa reflexión es posible a partir de un análisis relacional entre contenidos datados históricamente de la RSE y contenidos de los *espíritus del capitalismo* vigente en cada período⁵.

⁵ Como ya fue identificado en pesquisas anteriores, la RSE brasilera tiene influencias, mayoritariamente, de la religión católica, del proceso de redemocratización del país, de la influencia de un grupo de empresarios políticos, de institutos extranjeros y de la sociedad civil organizada. Esas influencias fueron incorporadas en el trabajo. Sin embargo, el objetivo principal era iluminar la RSE a partir de un contexto global de revigoramiento del capitalismo. Para la comprensión histórica de la Responsabilidad Social Empresarial en el Brasil, destacamos los siguientes estudios:

Como nos indica Carroll (2008), la idea de RSE se origina de la filantropía, expresión que denota el contenido de la relación entre empresa y sociedad en el inicio del siglo XIX hasta mediados de los años 1950. La figura emblemática de ese período es el empresario individual que asignaba parte de su fortuna a la caridad. Dentro de su empresa, el provenía clínicas, casas de baño, tiendas, espacios recreativos y religiosos a los trabajadores. El único intuito era resguardar la lealtad y la productividad de sus funcionarios.

Del relato del autor con relación al período filantrópico, se desprenden algunas características y elementos típicos del primer espíritu del capitalismo. Se percibe la figura del empresario individual como filántropo y no de la organización empresa. Las relaciones entre patronos y asalariados son personalistas. El foco de las prácticas filantrópicas incidía en un único público, el trabajador. Con relación a la búsqueda por productividad, esto podría remeternos a la racionalidad del segundo espíritu del capitalismo. Sin embargo, acordémonos el alerta de que el primer espíritu del capitalismo es paradójico al garantizar el usufructo continuo de los beneficios del capitalismo por la vía de la filosofía de la avaricia y, paralelamente, por la vía del tradicionalismo económico. En ese período, se percibe que el principio superior común que prevalece es el de la jerarquía.

Según Carroll (2008), es en 1953 que la expresión tan comúnmente utilizada “Responsabilidad Social Empresarial” es acuñada, por las reflexiones del economista Howard Bowen, en la obra *Social Responsibility of the Businessman*, que conceptualizada como “las obligaciones del hombre de negocios en buscar aquellas políticas, aquellas decisiones, o en seguir aquellas líneas de acciones que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (BOWEN apud CARROLL, 2008, p. 25, traducción y grifo nuestros). Los esfuerzos de definición de la expresión continúan en la década de 60, pero las prácticas siguen esencialmente filantrópicas.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mario. The political economy of corporate responsibility in Brazil. Programme on Technology, Business and Society/ UNRISD, Gèneve, paper 14, n° 1, 2004. VENTURA, Elvira Cruvinel Ferreira. Dinámica de institucionalización de prácticas sociales: estudios de la responsabilidad social en el campo de las organizaciones bancarias. 2005. 351 f. Tesis (Doctorado en Administración) – Escuela Brasileira de Administración Pública y de Empresas (EBAPE), Fundação Getúlio Vargas (FGV/RJ), 2005. LOBO, Cinara Gomes de Araújo. Por que las empresas invierten en responsabilidad social? 2006. 276 f. Tesis (Doctorado en Sociología) – Departamento de Sociología, Instituto de Ciencias Sociales, Universidad de Brasilia, 2006. COSTA, Maria Alice Nunes. Mudanzas empresariales en el Brasil contemporáneo: la inversión social privada es una nueva forma de solidaridad? 2006. Tesis (Doctorado en Planeación Urbana y Regional) – Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ), 2006. CAPPELLIN, Paola; GIFFONI, Raquel. Las empresas en sociedades contemporáneas: la responsabilidad social en Norte y en el Sur. Cuadernos del CRH (UFBA), v. 20, p. 419-434, 2007. Pereira, Evelyn Andrea Arruda. La empresa y el lugar en la globalización: la responsabilidad social empresarial en el territorio brasileiro. 2007. 194 f. Disertación (Maestría en Geografía) – Departamento de Geografía, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de São Paulo, 2007. GOMES, Karina. La dualidad en la responsabilidad social – un estudio de caso de Avon. Trabajo presentado en la III Reunión de Antropología del Mercosur (RAM 2009) – Diversidad y poder en América Latina - GT 08: Etnografías de Prácticas Económicas, Reflexiones sobre Fronteras Sociales. Buenos Aires, Argentina, 29/09/2009 a 02/10/2009. Disponible en: <<http://www.ram2009.unsam.edu.ar/paginas/GT8.html>>.

En el Brasil, e ese período (décadas de 50 y 60), apenas se identifican expresiones como filantropía a partir del discurso de instituciones católicas, como de la Asociación de los Dirigentes Cristianos de Empresas del Brasil (ADCE). Lo que esa organización religiosa busco fue fomentar la superioridad de los ideales cristianos con relación a los intereses privados económicos entre el empresariado católico. El sentido que le dieron a la RSE fue filantrópico, de que fuese una responsabilidad individual del empresario, algo más allá del interés privado y con fuerte centralidad en la relación con el empleado. Como interpretará Lobo (2006), el foco religioso de la filantropía en la relación capital-trabajo tuvo por objetivo implícito minimizar revoluciones proletarias e impedir el ideal comunista en el Brasil.

El sistema valorativo predominante del capitalismo de la década de 60 es del segundo espíritu del capitalismo, marcado por el valor de la racionalidad. La cultura capitalista a la época, muy apoyada en la lógica valorativa industrial, donde las cosas materiales e inmateriales son juzgadas en función de su eficiencia a propósito de la reproducción del lucro, no conseguía prever una utilidad racional a lo que se comienza a conceptualizar de RSE. No se identifica en los reglamentos de las empresas recomendaciones en torno de eso. Como en la tradición del modelo clásico de la organización científica, las regulaciones prevén la eficiencia de las tareas y las funciones empresariales de previsión, organización, comando, coordinación y control.

Es frente a la imprevisibilidad de una función racional a la RSE por el aparato burocrático racional empresarial que las prácticas continuaran eminentemente filantrópicas. Si hasta 1950 los comportamientos eran filantrópicos en función de las relaciones patrimonialistas entre patrón y empleado, a partir de 1960 continuaron filantrópicos en función de la supremacía de la racionalidad. Los primeros ideales de lo que fuese RSE estaban aún enfocados para el empresario individual y no para la empresa capitalista moderna. El foco todavía era el empresario como persona e no la organización burocrática de la empresa. Si había concepciones de cuño cívico dados a la RSE, ocurrían en función del incipiente ideal cívico del elemento del bien común del segundo espíritu del capitalismo. De esa forma, el ideal cívico es el primer soporte a un nuevo contenido de la relación entre empresa y sociedad, que busca firmarse como Responsabilidad Social Empresarial y diferenciarse de la filantropía.

Entre los años 1970 y 1990, hay continuas tentativas de definiciones de la RSE. Estas rectificaran el ideal cívico de las versiones anteriores, inauguraron una diversidad de públicos con los cuales las empresas deberían relacionarse, fortalecieron el cumplimiento empresarial de la ley y fomentaron comportamientos más allá de la prescripción legislativa. Las prácticas comúnmente identificadas por Carroll (2008) en ese período histórico son de dos tipos, reguladas por leyes e as de carácter voluntario. Ambos tipos están relacionados principalmente a los trabajadores, seguridad en el local de trabajo, discriminación en el local de trabajo, medio-ambiente, relaciones abusivas

con consumidores, desigualdad socioeconómica. O sea, se amplían las preocupaciones en torno de otros públicos e no apenas en torno de los trabajadores.

En el Brasil, especialmente en la década de 80, se percibe una presión de entidades del propio medio empresarial para un comportamiento politizado de los empresarios. Se destaca el papel del Pensamiento Nacional de las Bases Empresariales (PNBE), cuyo proceso de creación puede ser considerado como el primer *breakdown* (BOLTANSKI y THÉVENOT, 2006, p. 36) entre el empresariado brasileiro impactante a la futura organización de la RSE en el país. La creación del Pensamiento no ocurre porque el empresariado brasileiro deseaba fomentar la RSE en el Brasil. Este, ni era objeto de discusión entre los exponentes del PNBE. La situación de creación del PNBE es un momento privilegiado de identificación de la inconformidad del empresariado nacional con el curso de la acción empresarial en el período de redemocratización brasileira y de la promulgación de la Carta Ciudadana. La existencia del PNBE es reveladora de la proximidad de parte del empresariado nacional a las convenciones de regimenes de justificación que favorezcan, posteriormente, la adopción de la RSE, para más allá de las *Ciudades del Mercado e Industrial*, típicas de la acción económica capitalista. Tanto es que los mismos empresarios que fundaron el PNBE serán los que criaran, en 1998, el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, que transporta el modelo norte-americano de RSE para el Brasil.

Del período entre 1970 a 1990, se percibe una mezcla de características y elementos del segundo y tercero espíritu del capitalismo, con mas énfasis en este último. Típico del segundo es la substitución del empresario individual por la organización empresa. Tanto las reformulaciones del concepto de RSE y en cuanto a las prácticas fomentadas buscan alcanzar la empresa como organización y no más el empresario filántropo. Eso se explica por la ascendencia de la burocracia como forma organizativa del segundo espíritu del capitalismo.

Otro elemento del segundo espíritu del capitalismo es la previsión legal de los comportamientos. Muchas de las prácticas rotuladas de socialmente responsables, especialmente las enfocadas en los trabajadores, provenían de reglamentos estatales que moldaban los comportamientos empresariales, típico de un aparato administrativo burocrático moderno. Ocurrió lo que se denominó de “responsabilidad social empresarial legalizada” (REINEHR, 2011, pg. 74). El impacto de la imposición de la reglamentación estatal en torno de algunos temas era lo que fomentaba la adopción de prácticas rotuladas como socialmente responsables.

Uno de los elementos típicos del tercer espíritu del capitalismo presente en el período es el ideal cívico, a partir de la demanda por la actuación de la empresa en el ámbito de la vida pública. De acuerdo con Melé (2008), la presión de participación de la empresa en la vida política, especialmente a partir de los movimientos sociales típicos del período, acabó por ampliar el concepto de ciudadanía para las empresas, término antes enfocado apenas en el individuo. No será

cualquier cosa que, a partir de los años 1980, términos como “empresa ciudadana” surgen como sinónimos de responsabilidad social, sugiriendo una definición más política de la relación entre empresa y sociedad, especialmente en el Brasil, en su período de redemocratización.

Otro elemento del tercer espíritu del capitalismo es la presencia de las demandas por relaciones éticas junto a otros públicos de interés de la empresa, que no simplemente los funcionarios. Ni todas esas relaciones están prescritas en los moldes de la relación laboral. Es la vez ahora de la atención a los clientes, a los proveedores, a los gobiernos, a la comunidad en torno de la empresa. La implementación de relaciones reticulares está en clara referencia al conexionismo del tercer espíritu del capitalismo.

En la década de 1990, el concepto de RSE pasa a ser propagado para el medio corporativo por instituciones específicamente organizadas para el fomento de la RSE (*Business for Social Responsibility* e Instituto Ethos son ejemplos) y por organizaciones multilaterales (ONU, OCDE, Comisión Europea) como un modelo de gestión que establece la actuación de la empresa en la dimensión económica, social y ambiental⁶. Paralelamente la clásica función económica de la empresa, esta deberá actuar también en otras áreas, tales como: derechos humanos, derechos de las relaciones de trabajo, protección de las relaciones de consumo, medio ambiente, ética, transparencia, relación con diversos públicos, gobernabilidad corporativa.

En el Brasil, es en los años 90 que hay un concepto mínimamente organizado entre el empresariado sobre la RSE, un conjunto de prácticas rotuladas como socialmente responsables y un grupo de empresas asociadas al modelo; no necesariamente practicantes. La normalización de las prácticas, las certificaciones socio ambientales y la internacionalización de ese comportamiento no son mas ajenos a esa parte del sector empresarial brasileiro.

La nueva propuesta de la relación entre empresa y sociedad, denominada de RSE, es la evolución de una interacción filantrópica, animada por los elementos típicos del tercer espíritu del capitalismo. Es a partir del surgimiento de una cultura capitalista revitalizada en la década de 1990 que comprendemos mejor ese nuevo ideal de relación entre empresa y sociedad. La tendencia de los años anteriores de ampliación de las relaciones de la empresa con otros públicos, se entiende conexionismo, e llega a su ápice en esa década. Esta en el propio concepto del modelo, oficializado por instituciones empresariales, la descripción del rol de relaciones que la empresa debe establecer – características típicas de la cultura capitalista reticular que se instaló a partir de la disminución de la supremacía de la racionalidad.

⁶ En el Brasil, RSE pasa a ser difundida como “forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuáles esta se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales que impulsen el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales (Instituto Ethos)”. Fuente: *site* del Instituto Ethos: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>

Otra característica del tercer espíritu del capitalismo subyacente a la RSE es el ideal cívico de la propuesta. Siempre se está demandando una actuación al encuentro de expectativas sociales, de acuerdo con objetivos deseados por la sociedad, que favorezca a un desarrollo económico sustentable. Como también ya mencionado, la idea de civismo inherente a la RSE gana prominencia cuando a cultura capitalista abarca eso como una de sus creencias.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como relación entre empresa y sociedad, es un fenómeno que siempre estuvo presente en la cultura capitalista, que evolucionó de prácticas filantrópicas a como se organiza actualmente, en función del *espíritu* que anima la relación. Inicialmente, intitulada de filantrópica, la relación era de acuerdo al espíritu jerárquico del capitalismo a la época. Posteriormente, comienza a organizarse como RSE a partir de los reglamentos estatales en el ámbito de un capitalismo racionalizado. Y, frente a la situación de disputa entre el segundo y tercer espíritu del capitalismo, cuando un determinado conjunto de creencias comienza a ser cuestionado y reformulado para recibir otras, cuando el principio superior común de la racionalidad comenzar a coexistir con el principio superior común del proyecto, que la relación entre empresa y sociedad pasa a ser consolidada como RSE. La comprensión de ese nuevo ideal de relación entre empresa y sociedad, sacramentado en la década de 1990 como Responsabilidad Social Empresarial, gana fuerza distintiva con los elementos del tercer espíritu del capitalismo, respectivamente el ideal cívico y la lógica conexionista.

Los sentidos subjetivamente compartidos y atribuidos a la empresa capitalista y al modelo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el Brasil

El proceso histórico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el Brasil revela entendimientos contradictorios entre el empresariado nacional sobre la función de la empresa en la sociedad. Como uno de los ejemplos de ese antagonismo de percepciones, se señala ya la mencionada situación de disputa de creación del Pensamiento Nacional de las Bases Empresariales (PNBE), en la década de 80, que expuso la contradicción entre un entendimiento racional económico de la empresa e otro político-económico.

Frente al contexto de mudanzas valorativas en el capitalismo y mudanzas en la acción empresarial brasilera, se partió para averiguar las concepciones actuales de la función de la empresa capitalista entre el grupo de empresas delimitado en la investigación. Fue posible agregar dos tipos de concepciones mayoritarias. De un lado, hubo un grupo que defendió con mayor vehemencia a las funciones clásicas racionales de la empresa. De otro lado, hubo un grupo que destacó preponderantemente funciones para más allá de la clásica económica.

Estos dos tipos de opiniones mayoritarias no se presentaron como antagónicos, pero si como complementares. El grupo que defendió con mayor vehemencia la función clásica racional no dejó

de apuntar, secundariamente, una función nueva, más allá de la económica. El grupo que defendió con mayor vehemencia la función para más allá de la racional, no dejó de señalar, posteriormente, a continuación de la función económica. Lo que ocurrió fue que el segundo grupo invirtió la orden prioritaria de funciones de la empresa hecha por el primer grupo.

Las concepciones inclinadas, primeramente, a la función económica racional de la empresa revelaron que las empresas investigadas mantienen las características típicas de la empresa capitalista al enaltecer la racionalidad y al ampararse en justificaciones de la *Ciudad Industrial*. El otro grupo apelo inicialmente a las funciones no previstas por la racionalidad económica al proveedor una función empresarial utilitaria a los intereses colectivos y las relaciones conexionistas de la contemporaneidad; se mostraron más apoyadas en los contenidos de la *Ciudad Cívica* y de la *Ciudad por Proyectos*.

En el cuestionario de la investigación, 97% de las empresas participantes de la encuesta fueron contrarias a la siguiente consideración: *la función prioritaria de la empresa es la función económica y, por eso, no hay como hablar en responsabilidad social empresarial*. Para el grupo investigado, la **adición de otras funciones no económicas a la empresa** es perceptible y esperada. Los datos levantados en el cuestionario y en las entrevistas revelan que las empresas pasan a atribuir dos funciones concomitantes a la empresa capitalista: mantenimiento de la función económica clásica e inserción de nuevas funciones para más allá de la dimensión económica.

Eso va al encuentro de lo que Boltanski y Chiapello (2009) indicaron, a pesar de ser para el caso francés, de la necesidad de comprender la acción capitalista contemporánea por medio de nuevas convenciones. La lógica industrial (*Ciudad Industrial*), consecuentemente la racionalidad, continúa guiando la acción capitalista predominantemente. Sin embargo, hay una nueva lógica, la de proyectos (*Ciudad por Proyectos*), que surge como un nuevo conjunto de disposiciones que ayuda a ilustrar el capitalismo a partir de la década de 90.

La percepción específica sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre las empresas brasileras fue objeto de análisis hay diez años por Cappellin, Giuliani, Morel y Pessanha (2002), durante período de activa organización de la propuesta en el Brasil. Los investigadores identificaron una diversidad de percepciones sobre la RSE entre las entidades representativas del empresariado brasiler. Además, descubrieron que cada percepción correspondía a orientaciones prácticas diversas a las asociadas de las entidades, lo que llevó a la conclusión de una heterogeneidad de comprensión sobre el que fuera ser socialmente responsable a la época.

Frente a la continua reorganización valorativa del capitalismo occidental y de los esfuerzos incesantes de institucionalización de la RSE en el Brasil, se buscó evidenciar cuales serian los sentidos que el grupo de empresas delimitado atribuiría a la RSE, ya organizada y difundida como un modelo por parte del empresariado nacional. Se busco identificar los sentidos compartidos que

los propios agentes estarían trayendo al nuevo comportamiento. Se buscó revelar a RSE por las propias empresas practicantes.

La pregunta constante en la encuesta de la investigación era la siguiente: *a seguir están listadas cinco consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial identificadas entre el empresariado brasileiro. Para cada una de las consideraciones presentadas, indique si su empresa no esta de acuerdo de ninguna forma, no esta de acuerdo, esta de acuerdo, esta de acuerdo totalmente.* Como opciones de respuesta, fueron dadas cinco consideraciones sobre la RSE.

La primera consideración presentada a los que respondieron para evaluación – *la responsabilidad social empresarial se refiere a la cooperación entre las empresas privadas y el Estado, por períodos determinados, para la resolución de problemas específicos que afectan directamente los negocios de la empresa* – contiene una idea implícita de *advocacy*, de búsqueda de intereses privados de las empresas, al considerar a RSE como cooperaciones puntuales y privativas con el poder público. La consolidación de las respuestas indicó que 77% de las empresas participantes de la encuesta no esta de acuerdo con esa consideración y no percibieron la RSE de esa forma.

En las entrevistas, fue posible averiguar reflexiones de los agentes acerca de la relación entre empresa y Estado. Para la mayoría de las empresas entrevistadas, la RSE no fue vista como una acción que compite con la acción estatal, sino que es complementaria. A pesar de las afirmaciones de la posibilidad de asignar la RSE para cooperación con el Estado, una práctica relacionada a esto e investigada durante la encuesta no obtuvo un alto porcentaje de implementación pero si es comparada a las otras prácticas investigadas en el cuestionario. La respuesta a esta práctica se distribuyo de la siguiente forma: 51% de las empresas respondieron que implementaban alianzas con gobiernos, 40% respondieron que no implementaban, 6% respondieron que aquello no se aplicaba a la empresa, y 3% respondieron que no sabían. A pesar de las entrevistas apuntar a la RSE como un instrumento potencializador de la acción estatal, la tasa efectiva de desarrollo de alianzas con el poder público no fue tan expresiva si se tiene en cuenta la alta tasa de ejecución de otras prácticas investigadas.

Aún, referente a la relación entre RSE e Estado, se percibió una tendencia entre el grupo de empresas estudiado en disociar la existencia de la RSE en el Brasil de la actuación burocrática estatal cuando, la verdad, en el contexto brasileiro, el modelo es dependiente del Estado. Cappellin y Giuliani (2004) ya nos indicaron esa dependencia, al hacer la reflexión sobre la relación entre a existencia de legislación estatal y mayor implementación de prácticas de RSE en temas reglamentados. Como ellos afirmaron, la actuación empresarial en la dimensión social del modelo es básicamente voluntariado sea porque hay una ausencia de legislación que la obligue; la excepción son las relaciones laborales. Por otro lado, la actuación expresiva de las empresas en la

dimensión ambiental, área que continua recibiendo reglamentos en el país, ocurre a partir del poder coercitivo del Estado. Esa relación indica que la reglamentación del Estado pauta la grande adhesión a las prácticas sobre la égida del modelo de Responsabilidad Social Empresarial.

Si en la reflexión específica sobre RSE y Estado las empresas estudiadas tendieron a considerar el modelo como independiente de la actuación estadual, en otro momento de la investigación, al reflexionar puntualmente sobre lo que fuera la RSE, fue unánime considerarla como un **instrumento de legalidad** de actuación de las empresas en el país. Las empresas no percibieron la influencia del Estado en la adopción de la RSE. No obstante, percibieron la influencia de la RSE para el cumplimiento de la legislación en el país, la importancia del modelo para promover comportamientos exigidos por el Estado.

El no cumplimiento de la ley fue destacado por las empresas entrevistadas cuando fueron demandadas, posteriormente, a explicar lo que caracterizaría una empresa no socialmente responsable. Sea, inicialmente, por la afirmación de lo que fuese RSE y, posteriormente, por la negación de lo que fuese RSE, la legalidad apareció como una característica distintiva. Para el grupo, actuar de acuerdo con la ley es lo mínimo para ser considerada una empresa socialmente responsable en el Brasil.

Esa indicación de las empresas, que RSE es cumplir la ley, comprueba una simbiosis entre RSE y Estado en el Brasil. La Responsabilidad Social Empresarial es legalizada y legalizadora en el país. Legalizada, pues la reglamentación estatal acaba por pautar las prácticas del modelo. Legalizadora porque la RSE promueve el cumplimiento de la ley. Con ese dato de investigación, es posible interpretar que el modelo de la RSE en el país es bastante representativo del capitalismo racionalizado del segundo espíritu al primar por la legalidad.

La segunda consideración sobre RSE investigada en el cuestionario – *la responsabilidad social empresarial se refiere a un nuevo modelo de gestión de los negocios que junta las funciones económica, social y ambiental de la empresa* - contiene el sentido objetivo del modelo de RSE fomentado por las instituciones nacionales e internacionales que trabajan en pro del fenómeno. A consolidación de las respuestas indica que 100% de las empresas participantes de la encuesta están de acuerdo que así sea la RSE. Queda claro que, frente al rol de percepciones, ellas están de acuerdo expresivamente con lo que es institucionalmente difundido en el país.

En el momento de la entrevista, se buscó calificar exhaustivamente el entendimiento sobre lo que fuese para las empresas el modelo da RSE para poder identificar cuanto las empresas se distanciarían y se aproximarían de aquel sentido objetivo, y si indicarían elementos no contemplados por aquel concepto. Las respuestas se concentraron en torno de los siguientes entendimientos mayoritarios, de que el modelo de RSE: *amplia las funciones de la empresa mas allá de la económica; amplia las conexiones de la empresa; es denominado sustentabilidad; es una*

propuesta de difícil institucionalización en el seno de la empresa; es una tendencia inexorable de la empresa capitalista; es un instrumento de legalidad en el país; es un instrumento de atracción externa e interna del trabajador; es un diferencial de mercado; se contrapone al marketing social.

La indicación de que la RSE significa **ampliación de funciones empresariales** fue inicialmente identificada cuando las empresas fueron cuestionadas específicamente sobre su función en la contemporaneidad. En momento posterior, sobre lo que fuese en específico la RSE, esa amplitud de funciones fue nuevamente mencionada al tratar sobre las tres dimensiones que componen el modelo: económico, social y ambiental.

Como consecuencia de la ampliación de las funciones empresariales, la RSE también fue entendida como un **conjunto de nuevas conexiones**. Las empresas hicieron referencia a la diversidad de públicos (*stakeholders*) con la cuál deberían relacionarse: comunidad, gobierno, clientes, proveedores, funcionarios, etc. Cuando fueron cuestionadas, posteriormente, sobre lo que serían las empresas no socialmente responsables, indicaron la no percepción de las relaciones reticulares como otra característica de las empresas que no hacen parte del grupo; además de la legalidad ya abordada anteriormente. Ser grande en el ámbito de la RSE es ser legal y conectivo. Ser pequeño es ser una empresa “que se cierra en copas” (representante da Editora Globo, en 18/11/2010).

La importancia de las conexiones para las empresas entrevistadas fue tan grande que preferían utilizar el término **sostenibilidad** en detrimento de la expresión comúnmente usada en el país de *Responsabilidade Social Empresarial*. La preferencia por el término sostenibilidad ocurrió en función de creer que este retrataba mejor los públicos del modelo. La expresión *Responsabilidade Social Empresarial*, aparentemente, refuerza apenas la dimensión social de la propuesta, así sea que el concepto objetivo de la expresión contenga implícitamente las tres dimensiones (económica, social, ambiental).

Esa exacerbación de la ampliación de las funciones empresariales y de las conexiones hecha por las empresas entrevistadas las aproxima más de los contenidos del tercer *espíritu del capitalismo* de que del segundo y primer conjunto de creencias de ese sistema. No sería en el ámbito de las relaciones personalistas del primer espíritu del capitalismo, ni a partir de las relaciones burocráticas del segundo espíritu, que el carácter reticular de la propuesta de la RSE ganaría prominencia entre as empresas.

Diferentemente de lo que indicó anteriormente el carácter legalista de la RSE, propio del segundo espíritu capitalista y de su lógica industrial, el carácter conexionista del modelo de RSE lo remete al tercer espíritu y a la lógica por proyectos. Por eso, se interpreta que a RSE presenta dos funciones antagónicas al capitalismo brasileiro. Al mismo tiempo en que fortalece el contenido racional del segundo conjunto de creencias capitalistas, fomenta el conexionismo del tercer espíritu

del capitalismo. La RSE, en el contexto brasilero, se presenta con una dupla función, aparentemente contradictoria, ratificadora del capitalismo racional y fomentadora de un capitalismo revitalizado en valores contrapuestos a la racionalidad.

Otra respuesta mayoritaria entre las empresas entrevistadas al ser cuestionadas sobre lo que fuese RSE fue la explicación de ser un modelo organizacional rodeado por **dificultades de inserción en el ámbito de la empresa**. La institucionalización de la RSE en la empresa se depara con el obstáculo de la aceptación de la propuesta por su público interno, pues ni todos los que actúan en la empresa están dispuestos a la mudanza de gestión. La RSE fue presentada como un proceso de mudanza arduo al interior de la empresa. Muchas de las empresas informaron de la necesidad de capacitar los escalones medios e inferiores para asimilación del fenómeno. Esa práctica de educación para la asimilación interna del modelo de RSE no está prevista en ningún indicador del área y ni es objeto de certificación. Con eso, al ser cuestionadas sobre cual de las prácticas socialmente responsables sería la más desafiadora, las empresas indicaron la propia asimilación de la RSE al seno de la organización.

Esa dificultad revela algo más, que la RSE en el Brasil no es una propuesta que viene del “piso de la fábrica”, pero es un fenómeno portado pelo empresario, por los directores y por los gerentes. O sea, por **individuos que ocupan posiciones de líder**. El trabajador, tenido como público prioritario de la RSE, se presenta más como espectador de la organización del modelo dentro de la empresa. Tanto es que cuando cuestionadas sobre lo que motivo la adopción de la RSE, las empresas indicaron esos líderes como la motivación principal, con énfasis en los fundadores de las empresas. No fue apenas el hecho de esas personas ocupar posiciones de líder que las califico como principales portadoras del fenómeno, ellas también eran consideradas conscientes de las transformaciones por las cuáles paso la relación entre empresa y sociedad, de filantrópica a la RSE.

La RSE fue tratada como un modelo profético, una **tendencia inexorable del capitalismo**. Las empresas entrevistadas hablaron sobre un tiempo pasado, filantrópico, y el vigente, de la RSE. También profetizaron que si las empresas no mudaren, no harán más parte del sistema: “la tendencia es inexorable yo creo así cada vez menos es opcional, cada vez menos una decisión... eso es un camino sin vuelta” (representante del ItaúUnibanco, en 12/11/2010).

La RSE se mostró explícitamente instrumental a los negocios de la empresa cuando comprendida como **atracción de funcionarios, motivación al trabajo** del cuadro vigente de funcionarios y **diferencial mercadológico**. Las empresas se mostraron conscientes de que hay algo más que motiva la actual generación a comprometerse en la empresa capitalista, para más allá de la perspectiva de carrera y buenos salarios. La motivación extra de compromiso de la generación actual es ofrecida por el modelo de la RSE. El mismo procede para los que ya están inseridos en la empresa. Para estos, las prácticas provenientes de la RSE surgen como motivadoras, animadoras,

para continuar comprometiéndolos en la empresa. Ya con relación al diferencial mercadológico, la RSE fue considerada como una herramienta de competitividad y, consecuentemente, instrumental a la obtención de lucro; por más que no se quiso admitir abiertamente la instrumentalización del lucro en el ámbito de la pregunta específica sobre RSE y lucro.

Pasemos a la cuarta consideración de la encuesta ya que la tercera consideración fue abordada cuando fueron mencionados los sentidos atribuidos a la función empresarial. La cuarta consideración presentada a los entrevistados – *la responsabilidad social empresarial se refiere a las acciones filantrópicas del propietario de la empresa* – contenía implícitamente la idea del filántropo. El objetivo era averiguar si las acciones caritativas aún serían consideradas como RSE. La consolidación de las respuestas indica que 97% de las empresas participantes de la encuesta no estuvieron de acuerdo que filantropía fuese RSE.

Las entrevistas dejaron aún más evidente la **diferenciación de la figura del filántropo** que los entrevistados hicieron, hasta como una necesidad de afirmación de una identidad contraria a la otra. Buscaron distinguir sus prácticas socialmente responsables de las filantrópicas. Eso no significa que el comportamiento caritativo dejó de existir, pues prácticas enfatizadas durante las entrevistas tenían un carácter filantrópico aún. Se percibió que la filantropía gana nuevos contornos para esas empresas, pues paso a ser sistematizada, monitoreada y evaluada; es el concepto de la Inversión Social Privada (ISP) que toma el lugar de la filantropía. En ese contexto de **negación de lo** que sea la RSE, el **marketing social** también fue mencionado. Las empresas investigadas criticaron la propaganda hecha por otras en la búsqueda por la apariencia de la RSE.

La quinta consideración presentada a quien respondió el cuestionario para evaluación – *la responsabilidad social empresarial es una nueva herramienta de la empresa para agregar lucro a sus negocios* – tenía el objetivo de identificar si las empresas investigadas consideraban la RSE un medio para el alcance del fin de reproducción del lucro de la empresa capitalista. La consolidación de las respuestas indica que 60% de las empresas no estuvieron de acuerdo que la RSE fuese una herramienta de agregación de lucro y 40% estuvieron de acuerdo que es. Diferentemente de las respuestas a las otras consideraciones de esa pregunta en el cuestionario, en que se percibió un alto nivel de concordancia o discordancia, en la consideración cinco la tasa de diferencia entre las respuestas “desacuerdo” y “de acuerdo” disminuyó eso llevo la investigación a cuestionar en las entrevistas la relación entre RSE y lucro.

En las entrevistas, las empresas se sintieron más a gusto para declarar que había relación entre RSE y lucro, pues tenían condiciones de calificar esa respuesta, de justificar el “de acuerdo” del cuestionario. En la reflexión sobre el lucro, indicaron tener una relación entre RSE y la **agregación de valor a la imagen de la empresa**, más de que agregación de lucro. Hubo, también, determinada insistencia por parte de las empresas en afirmar no ser socialmente responsables en

función del incremento del lucro. El lucro debería ser calificado como sostenible. Hasta cierto punto, se percibió un incómodo entre los entrevistados en afirmar el incremento del lucro por medio de la RSE, como si la defensa del lucro por sí sola, el deber capitalista de la adquisición en sí, no fuese bien visto.

El estudio busco, también, aclarar lo que fuese primordial para ser considerada una empresa socialmente responsable, los elementos mínimos que caracterizarían la empresa socialmente responsable en el Brasil. De esa forma, al final de las entrevistas, los que respondieron fueron cuestionados sobre lo que sería una empresa no socialmente responsable. Para ese grupo de empresas es la que *no tiene una función más allá de la reproducción del lucro, que no se atenta para las relaciones reticulares de la empresa, que no es legalista y no está enfocada en sus funcionarios*. Ser socialmente responsable para este grupo de empresas brasileras es, mínimamente, flexibilizar la racionalidad económica, instituir nuevas conexiones, enaltecer la racionalidad a partir de la legalidad y tener énfasis en el público interno, los trabajadores.

Consideraciones Finales

El trabajo se propuso a analizar mudanzas en la acción empresarial brasilerá, por medio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a la luz de las transformaciones en el sistema valorativo del capitalismo occidental. Buscó, específicamente, comprender se la aproximación de empresas paulistas al reciente modelo de RSE correspondió a mudanzas en los sentidos dados a la función y cuáles serían los sentidos dados a la RSE.

Fue frente a un capitalismo revitalizado en sus creencias que fue mejor comprendida la organización de una nueva propuesta de relación entre empresa y sociedad, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no adecuada solo en el espíritu capitalista familiar o en el espíritu capitalista racional. En el ámbito de las creencias todavía personalistas del primer espíritu del capitalismo, amparadas en las convenciones de la *Ciudad Doméstica*, apenas se identificó una relación pautada por la filantropía entre empresa y sociedad. Ya en el segundo espíritu del capitalismo, a partir de la racionalidad, fueron identificados dos tipos de relaciones entre empresa y sociedad, aún filantrópica y la legalizada. Filantrópica, pues la racionalidad no consiguió prever en su aparato administrativo-burocrático las ideas subyacentes a la propuesta de la RSE. Legalizada, pues muchas de las prácticas rotuladas de socialmente responsables surgieron de los reglamentos estatales. No sería apenas en el ámbito del segundo espíritu del capitalismo que la RSE ganaría fuerza, pues este estaba predominantemente apoyado en las convenciones de la *Ciudad Industrial*.

Es a partir del proceso de transición del segundo espíritu del capitalismo para el tercer espíritu del capitalismo que fue percibido el fortalecimiento del fenómeno de la RSE. Apenas cuando el valor de la racionalidad comienza a ser flexibilizado y surgen valores concomitantes en el

ámbito del capitalismo, tales como la diversidad de conexiones y el ideal cívico fortalecido, que el modelo de la RSE gana espacio, es animado. Se constató, entonces, que la RSE es asignada entre la racionalidad y el conexionismo del capitalismo occidental.

En el Brasil, los sentidos subjetivamente identificados de la RSE entre el grupo de empresas investigado revelan percepciones más allá del concepto objetivamente difundido por los institutos - *ampliación de las funciones de la empresa más allá de la económica; ampliación de las conexiones de la empresa; auto-denominado sustentabilidad; de difícil institucionalización en el seno de la empresa; tendencia inexorable de la empresa capitalista; instrumento de legalidad; instrumento de atracción externa e interna del trabajador; diferencial de mercado; contraposición al marketing social.*

A partir de los sentidos identificados, se concluye que la RSE en el Brasil se muestra como fortalecedora del valor de la racionalidad del segundo espíritu del capitalismo - por perfil legalizador, además de animadora de las creencias del tercer espíritu del capitalismo - por la promoción de las conexiones y del civismo. La RSE puede ser uno de los medios comprobatorios que el proceso de actualización valorativa del capitalismo está vigente en el país, a partir del apelo concomitante de las empresas a las convenciones de las ciudades *Industrial e por Proyectos* para justificar el compromiso en esta acción empresarial.

Referencias Bibliográficas

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

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

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

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mario Gian; MOREL, Regina; PESSANHA, Elina. As organizações empresariais e a responsabilidade social. In: KIRSCHNER, Ana Maria; GOMES, Eduardo; CAPPELLIN, Paola. **Empresa, empresário e globalização.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, FAPERJ, 2002.

_____. **The political economy of corporate responsibility in Brazil.** Programme on Technology, Business and Society/ UNRISD, Genève, paper 14, nº 1, 2004.

CARROLL, Archie B. A history of corporate social responsibility: concepts and practices. In: CRANE, Andrew; McWILLIAMS, Abigail; MATTEN, Dirk; MOON, Jeremy; SIEGEL, Donald. **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility.** New York: Oxford University Press, 2008.

LOBO, Cinara Gomes de Araújo. **Por que as empresas investem em responsabilidade social?** 2006. 276 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Departamento de Sociologia, Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, 2006.

MELÉ, Domènec. Corporate social responsibility theories. In: CRANE, Andrew; McWILLIAMS, Abigail; MATTEN, Dirk; MOON, Jeremy; SIEGEL, Donald. **The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility**. New York: Oxford University Press, 2008.

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

SAINSAULIEU, Renaud; KIRSCHNER, Ana Maria. **Sociologia da empresa: organização, poder, cultura e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

WEBER, Max. Conceitos sociológicos fundamentais. In: WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999. v. 1.

_____. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.