

VIII Workshop Empresa, Empresários e Sociedade

Grupo de Trabalho 2
Responsabilidade Social, inovação, sustentabilidade e cidadania

A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista

Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr
Mestre em Sociologia pela Universidade de Brasília (UNB)

Mai de 2012

A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA SEGUNDO O EMPRESARIADO PAULISTA¹

Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr²

Resumo: o *paper* busca uma reflexão sobre a relação entre as mudanças nas crenças capitalistas ocidentais e o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), à luz da Sociologia Compreensiva Weberiana e da Sociologia Pragmática Francesa. Elucida os sentidos subjetivamente compartilhados e fornecidos por um grupo de empresas privadas, paulistas e socialmente responsáveis à função empresarial na contemporaneidade e ao modelo de RSE, tais como: manutenção da racionalidade econômica empresarial; ampliação da função econômica da empresa; ampliação das conexões da empresa; instrumento de cumprimento da legalidade; instrumentalidade ao lucro; diferencial de mercado; atratividade do trabalhador; difícil assimilação internamente à empresa; negação da filantropia e do *marketing* social. Identifica-se, por fim, que a RSE no Brasil se apresenta como fomentadora de conteúdos contraditórios dos espíritos do capitalismo. Por um lado, o modelo mantém a racionalidade econômica da empresa. Por outro lado, flexibiliza esta racionalidade a partir do apelo a crenças contraditórias à racionalidade, tais como o conexionismo e o ideal cívico.

Palavras-Chaves: Ação Social. Capitalismo. Responsabilidade Social Empresarial.

Introdução

Este *paper* propõe uma reflexão sobre as mudanças na ação empresarial brasileira, por meio do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), à luz das mudanças nas crenças capitalistas ocidentais. Com foco num grupo específico de empresas (nacionais, paulistas, privadas e praticantes do modelo de RSE), buscou-se especificamente elucidar as mudanças na ação destas empresas a partir da identificação de sentidos subjetivamente compartilhados entre o grupo ao que fosse a função da empresa na sociedade capitalista contemporânea e ao que fosse o modelo de RSE no país.

Partiu-se do entendimento de empresa como no âmbito da Sociologia da Empresa, em Renaud Sainsaulieu e Ana Maria Kirschner (2006), de um microcosmo onde se reproduzem as transformações do sistema econômico para o qual atua. O modelo de RSE foi compreendido como um ideal de relação entre empresa e sociedade na contemporaneidade, favorecido pelas transformações sofridas no *espírito do capitalismo*,

¹ O *paper* apresenta resultados da dissertação de mestrado da autora, defendida no Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UNB), em julho de 2011, que contou com apoio do CNPq.

² Mestre em Sociologia pela Universidade de Brasília (UNB). Graduada em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Brasília (UCB). Email: jacianemilanezi@hotmail.com.

para utilizar categoria weberiana e reatualizada por Luc Boltansky e Ève Chiapello (2009). Diante do estudo de mudanças no capitalismo, se fez necessária a reflexão sobre a transformação valorativa do capitalismo ocidental com o intuito de identificar em que momento histórico este modo de produção passou a recepcionar e animar a proposta da RSE e de que forma³.

O trabalho de estudar processos de mudança amparou-se em marcos teóricos que permitissem a compreensão da ação pelos próprios agentes, respectivamente, a Sociologia Compreensiva de Weber (1999) e a recente Sociologia Pragmática Francesa de Luc Boltanski e Laurent Thévenot (2006, 2011). O foco sempre esteve na compreensão da ação pelos próprios agentes, nos seus sentidos subjetivos, nas suas operações críticas, na intencionalidade de quem pratica o dito modelo de RSE; neste caso, as empresas.

Ambas as teorias mencionadas enfatizam o agente. A primeira, pelos sentidos subjetivamente compartilhados que os indivíduos fornecem ao comportamento humano. A segunda, pelas operações críticas que são capazes de empreender no decurso da ação. Essas abordagens tratam os indivíduos com maior grau de reflexividade do que outras abordagens sociológicas que partem do pressuposto de que os indivíduos internalizam inconscientemente a realidade coletiva. Como se buscou compreender a RSE a partir de quem a portava, as empresas, optou-se por assumir marcos sociológicos que sublinhassem essa reflexividade.

Da Sociologia Compreensiva, a categoria de *ação social* - com os elementos fundamentais do sentido, do agente e do compartilhamento - possibilitou compreender o fenômeno da RSE pela apreensão do sentido subjetivamente compartilhado atribuído ao mesmo pelo grupo de empresas pesquisado. Também, o retorno aos tipos ideais weberianos que determinam a ação social, especificamente a ação social de modo racional referente a fins, permitiu revisitar o valor distintivo do modo de produção capitalista, a racionalidade, para contrapor à esta crenças concorrentes que o sistema passou a incorporar e que a flexibilizaram. E, por fim, a noção de *espírito do capitalismo*,

³ No decorrer do *paper* as palavras transformações, mudanças, revigoramento e revitalização não estão empregadas para designar um julgamento de valor favorável ou desfavorável em torno do sistema capitalista, mas como indicativo de que o conjunto valorativo que sustenta este modo de produção passou por diferenciações no decorrer dos tempos.

como conjunto de crenças que sustenta o modo de produção capitalista, foi retomada para verificar as mudanças em seu conteúdo no decorrer dos tempos.

Com a Sociologia Pragmática complementou-se a categoria de ação social weberiana a partir da análise das *justificações* que os indivíduos apresentam em situações de disputas não violentas. Com o ferramental metodológico dos diferentes regimes de justificação da contemporaneidade (*Cidades*), nos quais os agentes se apoiam para o engajamento na ação, pode-se elucidar melhor os sentidos fornecidos à ação empresarial socialmente responsável pelo grupo de empresas investigadas, especialmente pela recorrência às *Cidade Industrial* e *Cidade por Projetos*. Também, para permitir a identificação das transformações valorativas do capitalismo, utilizou-se a categoria do *espírito do capitalismo* atualizada pela Sociologia Pragmática.

Ainda no âmbito da Sociologia Pragmática, a atenção aos momentos de disputa permitiu que fossem identificadas três situações de descontentamento entre o empresariado nacional que impactaram na organização da proposta da RSE no país. Uma, na década de 80, foi o lançamento do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE). Outra, na década de 90, foi a pressão da sociedade civil pela utilização do Balanço Social pelas empresas. A última, a própria organização do fenômeno como modelo de gestão no âmbito das empresas.

As situações de disputas mencionadas são aqueles entrechoques em que os agentes se deparam com a necessidade de se justificarem; o que os autores da Sociologia Pragmática chamam de “imperativo da justificação” (BOLTANSKI e THÉVENOT, 1999, p. 360, tradução nossa). Para se justificarem nas situações de disputa os agentes se apoiam em diferentes *Cidades*, tipologias ideais que significam convenções gerais evocadas pelos indivíduos para orientarem suas operações críticas (justificações) nos momentos de desacordos.

Concebidos pelos autores a partir da filosofia política clássica, de dados empíricos coletados pela observação de desacordos e pela análise de guias empresariais modernos voltados para o comportamento corporativo, os autores identificaram sete regimes de justificação na sociedade contemporânea: *Cidade Cívica*, *Cidade do Mercado*, *Cidade Inspirada*, *Cidade da Fama*, *Cidade Doméstica*, *Cidade Industrial* e *Cidade por Projetos*.

A *Cidade Cívica* tem como princípio superior comum a coletividade e a vontade geral. Os interesses individuais estão em função do interesse coletivo, pois os agentes são naturalmente políticos. Os sujeitos que ascendem ao estado de grande são, na verdade, coletividades: representantes, oficiais, delegados, eleitos, movimentos. Os objetos exemplares nesse espaço são os de caráter legal, tais como leis, decretos, ordens, códigos. As relações serão as voltadas ao coletivo, como as de associação, de delegação, de mobilização. É considerado uma deficiência nesse mundo agir em função de interesses particulares.

A *Cidade do Mercado* tem como princípio superior comum a competitividade. As pessoas agem em busca do que é escasso. Os seres materiais e imateriais que ascendem ao estado de grande são aqueles desejáveis, valorizados, competitivos, dotados de riqueza. Ser rejeitado é ser pequeno nesta cidade. As relações são oportunistas, pois sempre se deve estar atento ao momento de ser mais competitivo que o outro. Os casos clássicos são as relações de negociações. Vale esclarecer que esse regime de justificação não é o único que explica as relações econômicas na sociedade contemporânea, que também serão objeto da cidade industrial.

A *Cidade Inspirada* tem como princípio superior comum a inspiração. Os seres estarão sempre em constante mudança por causa dos processos criativos espontâneos. A vivência da inspiração é caracterizada como magnífica, enriquecedora, perturbadora. Ser grande nesse regime de justificação é ser incomum, emocional, irracional, extravagante; como os são as crianças e os artistas, por exemplo. Quanto mais capazes de vivenciarem a inspiração, mais valorizadas as pessoas são. As relações são de questionamento, de exposição ao risco, sem serem planejadas antecipadamente. Não há preocupação com o reconhecimento do resultado do processo criativo, mas sim com a experiência de viver a criatividade.

Na *Cidade da Fama* o princípio superior comum é a notoriedade dos seres a partir da opinião pública. O valor principal desse regime de justificação é resultado da avaliação de outros. Os seres querem ser reconhecidos publicamente e esta possibilidade é extensível a todos. Os que ascendem ao estado de grande são os famosos, os reconhecidos, os bem-sucedidos, como os líderes de opinião. Ser invisível nesse mundo é uma deficiência. As relações são sempre para desvendar algo; não cabem segredos nesta cidade.

Na *Cidade Doméstica* o princípio superior comum é a hierarquia. As pessoas se definem pela posição determinada que ocupam numa rede de dependências pessoais. A importância das pessoas é avaliada em função dessa posição, da sua confiabilidade em relação ao superior, da lealdade, do seu lugar apropriado. Uma característica distintiva dos indivíduos é não serem egocêntricos, pois sempre estarão numa relação com outro mais importante. Objetos materiais auxiliam nessa classificação, tais como os títulos, os cartões de visita, as vestimentas. Grande é aquele que detém a superioridade na hierarquia ou que é distinto nessa ordem, como o são os ancestrais, o pai, o líder. As relações são sempre de superioridade e subordinação.

A *Cidade Industrial* tem como princípio superior comum a eficácia. O estado de grandeza é ser o mais produtivo, o mais funcional, o mais útil, como no caso dos profissionais altamente qualificados. As pessoas são consideradas a partir da capacidade de produção. Há claramente nesse regime de justificação uma hierarquia de qualificações: os gerentes, os supervisores, os técnicos. Os objetos que habitam essa cidade são todos voltados para a mensuração da eficácia, tais como relatórios, índices, avaliações. As relações ocorrem em função da funcionalidade que os seres apresentam.

A *Cidade por Projetos* não foi elaborada pelos autores a partir da filosofia política clássica e nem no mesmo período da construção dos seis regimes citados até agora. Esta é identificada a partir do estudo empírico da sociologia pragmática sobre as justificações dos empresários do século XX para continuarem a se engajar no modo de produção capitalista. Por isso, a reflexão específica em torno dessa nova convenção se mostrou de importância para auxiliar a elucidar a proposta da RSE no âmbito de um capitalismo revigorado.

Os sujeitos e objetos da *Cidade por Projetos* estão habituados a um mundo conexionista, metaforizado na figura das redes. Não é mais o espaço das relações hierárquicas, nem burocráticas, mas sim das relações reticulares. Nesse ambiente, na ausência do pátrio poder e dos chefes, as pessoas são autônomas. Elas próprias definem os rumos do seu desenvolvimento profissional pela livre escolha de qual projeto profissional se engajar. O projeto permite a elas estabelecerem relações temporárias, mas reativáveis, com pessoas diferentes. O importante, por meio do projeto, é conectar-se, comunicar-se, inserir-se em redes, estabelecer parcerias e nunca se fechar em si mesmo.

São os comportamentos favoráveis às conexões que definem o estado de grandeza na *Cidade por Projetos*. Grande é aquele que sabe integrar-se aos diversos projetos, ampliar suas redes e engajar outros. Ele sabe “estabelecer intercâmbios estratégicos fora da hierarquia e das fronteiras” (AUBREY apud BOLTANSKI e CHIEAPELLO, 2009, p. 148). Como qualidades intrínsecas, ele será comunicativo, cativante, criativo, adaptável, flexível, polivalente, empregável. Outra característica fundamental do grande na cidade por projetos é a sua confiabilidade. Como no mundo conexonista as relações são tipicamente de parcerias, é necessária a confiança entre os envolvidos na conexão. O grande deve, acima de tudo, ser confiável.

A *Cidade Industrial* e a *Cidade por Projetos* foram ferramentas importantes para a compreensão do processo de transformação do sistema valorativo do capitalismo e, conseqüentemente, para a elucidação de como essa transformação animou a organização do modelo de RSE. Principalmente, no momento de transição de um *espírito* a outro, quando se encontraram em contraposição as lógicas valorativas dessas duas *idades*.

Reflexões sobre a relação entre mudanças valorativas do capitalismo e organização do modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

O trabalho tomou como prioritário para a compreensão do fenômeno da RSE a categoria weberiana *espírito do capitalismo*, aquele conjunto de crenças próprio deste modo de produção que o sustenta e se reformula no decorrer dos tempos. Dessa forma, foi imprescindível refletir sobre como as mudanças no conjunto das crenças capitalistas possibilitaram a ação empresarial para além da função racional econômica.

Weber (2004) nos indica que o *espírito do capitalismo*, cuja racionalidade econômica foi animada pela racionalidade da ética protestante, possuía como elementos principais o dever da aquisição, a exaltação do trabalho, a alocação do tempo para a aquisição de riqueza, a constante reprodução da riqueza, o exercício da pontualidade, o exercício da honestidade, a presteza, a habilidade; a filosofia da avareza. Todos os comportamentos do estilo de vida capitalista serviam ao dever da aquisição. Era a típica ação social racional referente a fins da Sociologia Compreensiva, elucidativa do comportamento humano pautado pela relação adequada entre meios e fins.

O *espírito do capitalismo* passou por mudanças em seu conteúdo no decorrer dos séculos XIX e XX. Para compreendê-las, recorreu-se ao estudo da Sociologia Pragmática

sobre o capitalismo, em Boltanski e Chiapello (2009), quando os autores identificaram o processo de transformações no *espírito do capitalismo*, a configuração do atual espírito e um novo regime de justificação no qual as pessoas se apoiam para justificar seu engajamento na ação capitalista contemporânea, a já mencionada *Cidade por Projetos*.

Boltanski e Chiapello (2009) complementaram a categoria weberiana *espírito do capitalismo* ao defini-la como o conjunto de crenças dos indivíduos que os leva a se associarem às atividades econômicas capitalistas. Para os autores, é o responsável por engajar os principais protagonistas do sistema na ação econômica capitalista, os grandes proprietários, os diretores assalariados, os administradores de fundos, os acionistas e os gerentes⁴. Também identificaram que o *espírito do capitalismo* sempre possui três dimensões, independentemente da variação do seu conteúdo entre os anos: entusiasmo, garantia e bem-comum.

O *entusiasmo* é o elemento que motiva as pessoas a se engajarem no capitalismo. Revela aquilo que a elas é atraente, estimulante, libertador neste sistema econômico. A *garantia* é o elemento que assegura às pessoas o usufruto do bem-estar prometido pelo capitalismo, por elas próprias e por gerações futuras. Revela a expectativa dos indivíduos em auferir para sempre o bem-estar profetizado do sistema. O *bem-comum* é o elemento das razões morais de adesão ao sistema. Revela a justificativa dos indivíduos para participarem do capitalismo. Entre os séculos XIX e XX, esses elementos sempre estiveram presentes em três espíritos do capitalismo. Entretanto, com conteúdos diferenciados.

O **primeiro espírito do capitalismo**, do final do século XIX, tem como característica principal o seu caráter familiar. Na ausência da figura da empresa burocrática (segundo espírito do capitalismo) ou da empresa em redes (terceiro espírito do capitalismo), a forma econômica capitalista era conduzida no seio da família. Tem-se como figura caricata o empresário individual. O que atraía as pessoas a se engajarem no capitalismo (o entusiasmo) era a especulação, a inovação, o risco. A avareza às assegurava o usufruto dos resultados da ação capitalista (a garantia). Contudo, essa

⁴ Apesar do foco de Luc Boltanski e Ève Chiapello nos chamados protagonistas do capitalismo, há elementos em sua obra de que os espíritos do capitalismo também engajam os trabalhadores. Ver: BOLTANSKY, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

racionalização da vida era constantemente dificultada por disposições contrárias à racionalidade, típicas da ação social de modo tradicional, que entravaram o capitalismo no seu início. O que justificava o engajamento (o dimensão do bem-comum) era a crença no benefício do sistema para o progresso da sociedade.

Os protagonistas do primeiro espírito do capitalismo baseavam suas justificações de engajamento no sistema mais na *Cidade Doméstica* do que em qualquer outro regime de justificação. A recorrência dos indivíduos à lógica hierárquica familiar, ao princípio superior comum da hierarquia, era maior do que o apelo à racionalidade. É por esse motivo que se considera que o conjunto de crenças do capitalismo do final do século XIX está ancorado no tipo ideal da *Cidade Doméstica*.

O **segundo espírito do capitalismo**, entre os anos 1930 e 1960, tinha como características principais a empresa burocrática, uma massa de dirigentes assalariados e a figura heróica do diretor. O conteúdo do espírito mudou em comparação ao primeiro a partir da crítica radical dos protagonistas do sistema em relação às crenças do primeiro espírito. Neste novo período, os capitalistas abominavam o caráter familista, o nepotismo, a promoção por fidelidade, comportamentos típicos da ação social tradicional do feudalismo. O novo espírito capitalista buscava definitivamente alocar a racionalidade na ação econômica.

O que passou a atrair as pessoas a se engajarem no capitalismo (o entusiasmo) foi a oportunidade de fazer carreira na organização empresarial e a possibilidade do consumo em massa por meio do processo aquisitivo garantido. O que assegurava às pessoas o usufruto futuro dos resultados da ação capitalista (a garantia) era a racionalização das carreiras. O que justificava o engajamento ao sistema (o bem-comum) continuava sendo o ideal industrial do espírito anterior, bastante fortalecido no segundo espírito do capitalismo. Paralelo ao ideal industrial, surgiu um cívico, com o mito de que a forma econômica capitalista solidarizava a produção, o consumo e a justiça social.

Os protagonistas do segundo espírito do capitalismo possuíam suas justificações ancoradas mais na *Cidade Industrial* do que em qualquer outro mundo valorativo. A exacerbação da racionalidade, do princípio superior comum da eficácia, é evidente em todas as dimensões do segundo espírito do capitalismo, seja no que atraía as pessoas, na expectativa futura de usufruto ou na justificação para o engajamento. Não é presente no

conteúdo do segundo espírito o princípio superior da hierarquia, mas sim a eficácia do comportamento humano.

A partir dos anos 60, em um novo processo de crítica radical aos princípios do espírito antecedente, os protagonistas do capitalismo passaram a atacar a crença racional. Havia uma crítica à racionalidade, mas não o desejo da sua extinção. Os executivos estavam insatisfeitos com o papel de meros transmissores de ordens, sem autonomia de atuação, sem poder de decisão, sem liberdades, vítimas da burocracia organizacional. Como solução a esses problemas identificados, propuseram a descentralização das decisões, a flexibilização da burocracia, a avaliação por meio da meritocracia e por uma administração por objetivos.

Esse segundo movimento de crítica radical irá culminar, na década de 90, no **terceiro espírito do capitalismo**, vigente até o momento. Tem como característica principal a globalização das organizações representada pelas multinacionais. Apesar de internacionalizadas, as empresas são mais enxutas, atuantes em redes, suas atividades se dão por meio de projetos temporários e não mais por tarefas burocráticas duradouras. A figura caricata no espírito vigente é o gerente com a distinção de ser um líder carismático.

O que passa a atrair as pessoas a se engajarem no capitalismo (o entusiasmo) é o poder de escolher no que se envolverem, em diferentes projetos que valham a pena, coordenados por uma pessoa excepcional. O que assegura às pessoas o usufruto dos resultados da ação capitalista (a garantia) é a empregabilidade e não mais as carreiras. Ser empregável, no sentido de ter competências para se envolver em diferentes projetos, é mais importante do que galgar posições de poder na empresa. Por fim, o que justificava o engajamento (o bem-comum) é o ideal cívico, mas fortalecido do que no espírito anterior, que inaugura uma forma capitalista que legitima a obtenção do lucro.

Os protagonistas do capitalismo vigente não recorrem nem à *Cidade Doméstica* nem à *Cidade Industrial*, mas à *Cidade por Projetos*. É neste novo regime de engajamento que se apóiam os protagonistas para justificarem sua contínua adesão à ação capitalista, principalmente, se for levado em consideração o constante apelo às conexões advindas da nova forma de se trabalhar por projeto. Este é o princípio superior comum da nova convenção, considerado um *locus* abstrato de conexões entre as pessoas. Estas vivem em função desse instrumento e não pela posição na hierarquia familiar, típico da

Cidade Doméstica e do primeiro espírito capitalista, nem em função das regras burocráticas, típico da *Cidade Industrial* e do segundo espírito do capitalismo.

O estudo francês da transformação dos elementos valorativos do capitalismo apresenta que durante o período do segundo espírito do capitalismo, as convenções às quais os protagonistas mais recorreram para se justificarem foram as da *Cidade Industrial*, *Cidade Doméstica* e *Cidade Mercantil*, nesta ordem. Já em relação ao terceiro espírito do capitalismo, os protagonistas continuaram a recorrer à *Cidade Industrial*. Em seguida, à *Cidade por Projetos*. Depois, à *Cidade Mercantil*. Interpreta-se que a lógica industrial, conseqüentemente a racionalidade, continua a guiar a ação capitalista predominantemente. Contudo, a lógica por projetos é identificada como um novo conjunto de disposições associada ao terceiro espírito do capitalismo que flexibiliza a racionalidade. Compreender, então, o capitalismo contemporâneo exige referências à racionalidade e, também, a novas convenções contraditórias àquela⁵.

A empreitada de elucidar mudanças na ação empresarial brasileira, no caso a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), demandou refletir sobre o quanto essas mudanças valorativas no sistema capitalista favoreceram a organização desse fenômeno e em que termos. Essa reflexão é possível a partir de uma análise relacional entre conteúdos datados historicamente da RSE e conteúdos dos *espíritos do capitalismo* vigente em cada período⁶.

O atual modelo de RSE revela o ideal de relação contemporânea entre empresa e sociedade. Como nos indica Carroll (2008), a ideia se origina da filantropia, expressão que denota o conteúdo da relação entre empresa e sociedade no início do século XIX até meados dos anos 1950. A figura emblemática desse período é o empresário individual que alocava parte da sua fortuna à caridade. Dentro da sua empresa, ele provia clínicas, casas de banho, lanchonetes, espaços recreativos e religiosos aos trabalhadores. O único intuito era resguardar a lealdade e a produtividade dos seus funcionários.

⁵ Importante sublinhar que a possibilidade de identificação de características valorativas majoritárias do capitalismo em determinados períodos não implica que estas características não sejam fluidas entre um período e outro.

⁶ Como já identificado em pesquisas anteriores, a RSE brasileira tem influências, majoritariamente, da religião católica, do processo de redemocratização do país, da influência de um grupo de empresários políticos, de institutos estrangeiros e da sociedade civil organizada. Essas influências foram incorporadas no trabalho. Contudo, o objetivo principal era jogar luzes neste fenômeno a partir de um contexto global de revigoração do capitalismo.

Do relato do autor em relação ao período filantrópico, depreendem-se algumas características e elementos típicos do primeiro espírito do capitalismo. Percebe-se a figura do empresário individual como filantropo e não da organização empresa. As relações entre patrões e assalariados são personalistas. O foco das práticas filantrópicas incidia em um único público, o trabalhador. Em relação à busca por produtividade, isto poderia nos remeter à racionalidade do segundo espírito do capitalismo. Contudo, lembremos o alerta de que o primeiro espírito do capitalismo é paradoxal ao garantir o usufruto contínuo das benesses do capitalismo pela via da filosofia da avareza e, paralelamente, pela via do tradicionalismo econômico. Nesse período, percebe-se que o princípio superior comum prevalecente é o da hierarquia.

Segundo Carroll (2008), é em 1953 que a expressão tão comumente utilizada “Responsabilidade Social Empresarial” é cunhada, pelas reflexões do economista Howard Bowen, na obra *Social Responsibility of the Businessman*, que a conceituada como “as obrigações do homem de negócios em buscar aquelas políticas, aquelas decisões, ou em seguir aquelas linhas de ações que são desejáveis em termos dos objetivos e valores da sociedade” (BOWEN apud CARROLL, 2008, p. 25, tradução e grifo nossos). Os esforços de conceituação da expressão continuam na década de 60, mas as práticas seguem essencialmente filantrópicas.

No Brasil, nesse período, apenas se identificam expressões como filantropia a partir do discurso de instituições católicas, como da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE), que na década de 80 se transformará em Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial (FIDES). O que essa organização religiosa buscou foi fomentar a superioridade dos ideais cristãos em relação aos interesses privados econômicos entre o empresariado católico. Os sentidos que forneceu à RSE foi filantrópico, de que fosse uma responsabilidade individual do empresário, algo acima do interesse privado e com forte centralidade na relação com o empregado. Como interpretará Lobo (2006), o foco religioso da filantropia na relação capital-trabalho teve por objetivo implícito minimizar revoltas proletárias e impedir o ideal comunista no Brasil.

O sistema valorativo do capitalismo da década de 60 é do segundo espírito do capitalismo, marcado pelo valor da racionalidade. A cultura capitalista à época, muito apoiada na lógica valorativa industrial, onde as coisas materiais e imateriais são julgadas

em função da sua eficiência ao propósito da reprodução do lucro, não conseguia prever uma utilidade racional ao que se começa a conceituar de RSE. Não se identifica nos regulamentos das empresas recomendações em torno disso. Como na tradição do clássico modelo da organização científica, os regulamentos preveem a eficiência das tarefas e as funções empresariais de previsão, organização, comando, coordenação e controle.

É diante da imprevisibilidade de uma função racional à RSE pelo aparato burocrático racional empresarial que as práticas continuaram eminentemente filantrópicas. Se até 1950 os comportamentos eram filantrópicos em função das relações patrimonialistas entre patrão e empregado, a partir de 1960 continuaram filantrópicos em função da supremacia da racionalidade. As primeiras ideias do que fosse RSE estavam ainda voltadas para o empresário individual e não para a empresa capitalista moderna. O foco ainda era o empresário como pessoa e não a organização burocrática de empresa. Se havia concepções de cunho cívico fornecidos à RSE, ocorriam em função do incipiente ideal cívico do elemento do bem-comum do segundo espírito do capitalismo. Dessa forma, o ideal cívico é o primeiro suporte a um novo conteúdo da relação entre empresa e sociedade, que procura se firmar como Responsabilidade Social Empresarial e se diferenciar da filantropia.

Entre os anos 1970 e 1990, há contínuas tentativas de conceituações da RSE. Estas ratificaram o ideal cívico das versões anteriores, inauguraram uma diversidade de públicos com os quais as empresas deveriam se relacionar, fortaleceram o cumprimento empresarial da lei e fomentaram comportamentos para além da prescrição legislativa. As práticas comumente identificadas por Carroll (2008) nesse período histórico são de dois tipos, regulamentadas por leis e as de caráter voluntário. Ambos os tipos estão relacionadas principalmente aos trabalhadores, segurança no local de trabalho, discriminação no local de trabalho, meio-ambiente, relações abusivas com consumidores, desigualdade socioeconômica. Ou seja, ampliam-se as preocupações em torno de outros públicos e não apenas em torno dos trabalhadores.

No Brasil, especialmente na década de 80, percebe-se uma pressão de entidades do próprio meio empresarial para um comportamento politizado dos empresários. Destaca-se o papel da Câmara Americana de Comércio de São Paulo (AMCHAM/SP), do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e da Fundação ABRINQ.

Em relação ao PNBE, seu processo de criação pode ser considerado como o primeiro *breakdown* (BOLTANSKI e THÉVENOT, 2006, p. 36) entre o empresariado brasileiro impactante à futura organização da RSE no país⁷. A criação do Pensamento não ocorre porque o empresariado brasileiro desejava fomentar a RSE no Brasil. Esta, nem era objeto de discussão entre os expoentes do PNBE. A situação de criação do PNBE é um momento privilegiado de identificação do descontentamento do empresariado nacional com o curso da ação empresarial no período de redemocratização brasileira e da promulgação da Carta Cidadã.

Para a FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, o empresariado deveria se limitar a discutir a “Constituição Econômica” (LOBO, 2006, p. 91). Ou seja, caberia ao empresariado brasileiro se ater aos temas da dimensão econômica, especialmente no que se referia a limitar a intervenção do Estado na economia. Numa posição contrária, o grupo de empresários que lança o PNBE defendia que o empresariado deveria ter “um papel dentro da sociedade que fosse além de questões puramente econômicas, que se envolvesse também com temas na área política” (KAPAZ apud LOBO, 2006, p. 91).

Fica clara a crítica radical de parte do empresariado brasileiro ao denunciarem que determinadas convenções já não faziam mais sentido e deveriam ser requalificadas. O grupo que continuou atrelado à Federação apoiava-se, majoritariamente, nos princípios de eficácia e competitividade. O grupo que aderiu ao Pensamento passava a se apoiar, também, em princípios cívicos e conectivos.

A existência do PNBE é reveladora da proximidade de parte do empresariado nacional às convenções de regimes de justificação que favoreceram em seguida a adoção da RSE, para além das *Cidades do Mercado e Industrial*, típicas da ação econômica

⁷ Na década de 90, outra situação de disputa impactante para a organização da RSE pode ser observada quando o Instituto Brasileiro de Análise Social e Econômica (IBASE), na figura de Herbert de Souza (o Betinho), lança a campanha pela adoção e publicação do Balanço Social pelas empresas no Brasil. Paralelamente à campanha do Betinho, a então deputada Marta Suplicy apresenta projeto de lei pela obrigatoriedade da publicação do Balanço pelas empresas. A campanha pela adoção do Balanço Social gerou controvérsias no meio empresarial que são expostas no decorrer de 1997 em artigos de jornais. Parte do empresariado é contrária à adoção do Balanço Social. Outra parte é favorável. O que nos mostram essas opiniões diversas em torno do Balanço Social são as percepções também diferenciadas da própria proposta de RSE. Se para uns esta se apresenta como uma função prioritariamente estatal, para outros a RSE ocorre exatamente na medida em que o Estado se ausenta em determinadas questões sociais, como se a gestão privada pudesse dar conta da dimensão da vida pública. E ainda para outros, a RSE advém de uma evolução democrática, como se fosse um símbolo de democracia avançada.

capitalista. Tanto é que os mesmos empresários que fundaram o PNBE serão os que criarão, em 1998, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que transporta o modelo norte-americano de RSE para o Brasil.

Do período entre 1970 e 1990, percebe-se uma mistura de características e elementos do segundo e terceiro espírito do capitalismo, com uma clara direção ao último. Típico do segundo é a substituição do empresário individual pela organização empresa. Tanto as reformulações do conceito de RSE quanto as práticas fomentadas buscam atingir a empresa como organização e não mais o empresário filantropo. Isso se explica pela ascendência da burocracia como forma organizativa do segundo espírito do capitalismo.

Outro elemento do segundo espírito do capitalismo é a previsão legal dos comportamentos. Muitas das práticas rotuladas de socialmente responsáveis, especialmente as focadas nos trabalhadores, eram advindas de regulamentações estatais que moldavam os comportamentos empresariais, típico de um aparato administrativo burocrático moderno. Ocorreu o que autodenominamos de *responsabilidade social empresarial legalizada* (Reinehr, 2011, pg. 74). O impacto da imposição da regulamentação estatal em torno de alguns temas era o que fomentava a adoção de práticas rotuladas como socialmente responsáveis.

Um dos elementos típicos do terceiro espírito do capitalismo presente no período é o ideal cívico, a partir da demanda pela atuação da empresa no âmbito da vida pública. De acordo com MELÉ (2008), a pressão de participação da empresa na vida política, especialmente a partir dos movimentos sociais típicos do período, acabou por ampliar o conceito de cidadania para as empresas, termo antes focado apenas no indivíduo. Não será à toa que, a partir dos anos 1980, termos como “empresa cidadã” surgem como sinônimos de responsabilidade social, sugerindo uma definição mais política da relação entre empresa e sociedade, especialmente no Brasil em seu período de redemocratização.

Outro elemento do terceiro espírito do capitalismo é a presença das demandas por relações éticas junto a outros públicos de interesse da empresa, que não apenas os funcionários. Nem todas essas relações estão prescritas nos moldes da relação trabalhista. É a vez agora da atenção aos clientes, aos fornecedores, aos governos, à comunidade em torno da empresa. A definição de relações reticulares está em clara referência ao conexãoismo do terceiro espírito do capitalismo.

Na década de 1990, o conceito de RSE passa a ser propagado para o meio corporativo por instituições especificamente organizadas para o fomento da RSE (*Business for Social Responsibility* e Instituto Ethos são exemplos) e por organizações multilaterais (ONU, OCDE, Comissão Europeia) como um modelo de gestão que estabelece a atuação da empresa na dimensão econômica, social e ambiental. Paralelamente à clássica função econômica da empresa, esta deverá atuar também em outras áreas, tais como: direitos humanos, direitos das relações de trabalho, proteção das relações de consumo, meio ambiente, ética, transparência, relação com diversos públicos, governança corporativa.

Nos anos 90, há um conceito minimante organizado entre o empresariado sobre a RSE, um conjunto de práticas que são reconhecidas como socialmente responsáveis e grupo de empresas associadas ao modelo; não necessariamente praticantes. A padronização das práticas, as certificações socioambientais e a internacionalização desse comportamento não são mais alheios ao setor empresarial.

A nova proposta da relação entre empresa e sociedade, denominada de RSE, evolutiva de uma interação filantrópica, abarca elementos típicos do terceiro espírito do capitalismo. É a partir do surgimento de uma cultura capitalista revitalizada na década de 1990 que compreendemos melhor esse novo ideal de relação entre empresa e sociedade. A tendência dos anos anteriores de ampliação das relações da empresa com outros públicos, entenda-se conexãoismo, chega a seu ápice nessa década. Está no próprio conceito do modelo oficializado por instituições empresariais, a descrição do rol de relações que a empresa deve estabelecer. Nesse aspecto, há o reforço de Moon e Vogel (2008) que defendem como um dos pressupostos para a existência da responsabilidade social as relações em redes, a autonomia das corporações e a descentralização das decisões – características típicas da cultura capitalista reticular que se instalou a partir da diminuição da supremacia da racionalidade.

Outra característica do terceiro espírito do capitalismo subjacente à RSE é o ideal cívico da proposta. Sempre se está a demandar uma atuação ao encontro de expectativas sociais, de acordo com objetivos almejados pela sociedade, que favoreça a um desenvolvimento econômico sustentável. Como também já mencionado, a ideia de civismo inerente à RSE ganha proeminência quando a cultura capitalista abarca isso como uma de suas crenças.

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE), como relação entre empresa e sociedade, é um fenômeno que sempre esteve presente na cultura capitalista, que evoluiu de práticas filantrópicas a como se organiza atualmente, em função do *espírito* que animava a relação. Inicialmente, intitulada de filantrópica, a relação era condizente com o espírito hierárquico do capitalismo à época. Posteriormente, começa a se organizar como RSE a partir das regulamentações estatais no âmbito de um capitalismo racionalizado. E, diante da situação de disputa entre o segundo e terceiro espírito do capitalismo, quando um determinado conjunto de crenças começa a ser questionado e reformulado para recepcionar outro, quando o princípio superior comum da racionalidade começar a coexistir com o princípio superior comum do projeto, que a relação entre empresa e sociedade passa a ser consolidada como RSE. A compreensão desse novo ideal de relação entre empresa e sociedade, sacramentado na década de 1990 como Responsabilidade Social Empresarial, ganha reforço distintivo com os elementos do terceiro espírito do capitalismo, respectivamente o ideal cívico e a lógica conexionista.

Os sentidos subjetivamente compartilhados atribuídos à empresa capitalista e ao modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

O processo histórico da RSE no Brasil revela entendimentos contraditórios entre o empresariado nacional sobre a função da empresa na sociedade. Como um dos exemplos desse antagonismo de percepções, sublinha-se a já mencionada situação de disputa de criação do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), na década de 80, que expôs a contradição entre um entendimento racional-econômico da empresa e outro político-econômico.

O entendimento racional é compreensível no momento do surgimento da empresa capitalista moderna, quando havia preponderância do valor da racionalidade ocidental, componente do conjunto de crenças do segundo espírito do capitalismo. Na contemporaneidade, apesar ainda da proeminência da racionalidade, esta sozinha não explica mais o capitalismo contemporâneo. O olhar para a mudança do sistema valorativo do mesmo, com a identificação de outros conteúdos concorrentes à racionalidade, a caracterizar um terceiro espírito do capitalismo, permite uma melhor compreensão de funções da empresa para além da econômica.

Diante do contexto de mudanças valorativas no capitalismo e mudanças na ação empresarial brasileira, partiu-se para averiguar as concepções atuais da função da empresa capitalista entre o grupo de empresas delimitado. Foi possível agregar dois tipos de concepções majoritárias. De um lado, houve um grupo que defendeu com maior veemência as funções clássicas racionais da empresa. De outro lado, houve um grupo que destacou preponderantemente funções para além da clássica econômica. Estes dois tipos de opiniões majoritárias não se apresentaram como antagônicos, mas complementares. O grupo que defendeu com maior veemência a função clássica racional não deixou de apontar, secundariamente, uma função nova, para além da econômica. O grupo que defendeu com maior veemência a função para além da racional, não deixou de sublinhar, posteriormente, a continuação da função econômica. O que ocorreu foi que o segundo grupo inverteu a ordem prioritária de funções da empresa feita pelo primeiro.

As concepções inclinadas, primeiramente, à função econômica racional da empresa revelaram que as empresas pesquisadas mantêm as características típicas da empresa capitalista ao enaltecer a característica distintiva do capitalismo ocidental, a racionalidade. Ao se afirmar que a empresa “está constituída principalmente para gerar lucro...não dá para dizer que não é para isso né?” (representante da RL Higiene, em 23/11/2010), que a empresa “não é uma instituição de caridade, então você está aqui para ganhar dinheiro” (representante da Beraca, em 24/11/2010), ou que a prioridade da empresa é “sobreviver economicamente” (representante do BicBanco, em 30/11/2010), estas reflexões se mostram mais amparadas em justificações da *Cidade Industrial* do que em qualquer outra *Cidades*.

O outro grupo apelou inicialmente às funções não previstas pela racionalidade econômica ao fornecer uma função empresarial utilitária aos interesses coletivos e às relações conexionistas da contemporaneidade. Por exemplo: “há uma demanda para esse olhar pro social e pro ambiental também” (representante da Rudloff Industrial, em 09/11/2010); “é se ver como uma parte desse ecossistema, desse sistema como um todo e com papel de atuação muito maior do que simplesmente a questão de realização de negócios” (representante do ItaúUnibanco, em 12/11/2010); “empresa cidadã” (representantes da Dpaschoal e da Fersol, respectivamente, em 12/11/2010 e 26/11/2010); “entidade inserida na sociedade... que tem como função interagir com os diversos públicos... e procurar maneiras de alinhar os seus interesses com os interesses

desses públicos” (representante do laboratório Fleury, em 25/11/2010). Estas reflexões reverenciam a sociedade antes de enaltecer o mercado.

Identificou-se no segundo grupo que o amparo em justificações da *Cidade Industrial* foi menor do que no primeiro grupo. As concepções enaltecedoras dos interesses coletivos e do conexionismo se mostraram mais apoiadas nos conteúdos da *Cidade Cívica* e da *Cidade por Projetos*. Percebeu-se uma tendência em flexibilizar a racionalidade econômica da empresa e uma aproximação aos conteúdos do terceiro espírito do capitalismo.

Em questionário, 97% das empresas participantes da enquete foram contrárias à seguinte consideração: *a função prioritária da empresa é a função econômica e, por isso, não há como falar em responsabilidade social empresarial*. Para o grupo pesquisado, a **adição de outras funções não econômicas à empresa** é perceptível e esperado. Os dados levantados no questionário e nas entrevistas revelam que as empresas passam a atribuir duas funções concomitantes à empresa capitalista: manutenção da função econômica clássica e inserção de novas funções para além da dimensão econômica.

Isso vai ao encontro do que Boltanski e Chiapello (2009) indicaram, mesmo que para o caso francês, da necessidade de compreender a ação capitalista contemporânea por meio de novas convenções. A lógica industrial (*Cidade Industrial*), conseqüentemente a racionalidade, continua a guiar a ação capitalista predominantemente. Contudo, há uma nova lógica, a por projetos (*Cidade por Projetos*), que surge como um novo conjunto de disposições que ajuda a elucidar o capitalismo a partir da década de 90.

A percepção sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) entre as empresas brasileiras foi objeto de análise, há dez anos, por Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha (2002), durante período de ativa organização da proposta no país. Os pesquisadores identificaram uma diversidade de percepções sobre a RSE entre as entidades representativas do empresariado brasileiro. Além disso, descobriram que cada percepção correspondia a orientações práticas diversas às associadas das entidades, o que levou à conclusão de uma heterogeneidade de compreensão sobre o que fosse ser socialmente responsável à época.

É importante retomar, sucintamente, as percepções identificadas pelos pesquisadores já que foram base para os trabalhos de campo desta pesquisa que agora se apresenta. Rapidamente, as percepções associaram RSE a: cooperações pontuais com o

setor público para problemas específicos (desenvolver a cooperação); um novo modelo organizacional (conjugar ética e economia); a não percepção de um novo modelo (a prioridade é econômica); à filantropia (é uma opção pessoal); à ferramenta de obtenção de lucro (quando há externalidades positivas); à atuação em problemas estruturais que afetam a empresa (cuidar da segurança pública); e à atuação em problemas sociais urgentes (estabelecer metas de médio e longo alcance).

Diante da contínua reorganização valorativa do capitalismo no ocidente e dos esforços incessantes de institucionalização da RSE por aqui, buscou-se evidenciar quais seriam os sentidos que um grupo específico de empresas (privadas, paulistas e socialmente responsáveis) atribuiria à RSE, já organizada e difundida como um modelo por parte do empresariado nacional. Procurou-se identificar os sentidos compartilhados que os próprios agentes estariam fornecendo ao novo comportamento. Buscou-se revelar a RSE pelas próprias empresas praticantes.

A pergunta constante na enquete da pesquisa era a seguinte: *a seguir estão listadas cinco considerações sobre a Responsabilidade Social Empresarial identificadas entre o empresariado brasileiro. Para cada uma das considerações apresentadas, indique se a sua empresa discorda fortemente, discorda, concorda, concorda fortemente.* Como opções de resposta, foram fornecidas cinco considerações sobre a RSE⁸. Para cada consideração, as empresas se posicionaram numa escala de avaliação, cujo resultado consolidado se encontra na tabela 1.

A **primeira consideração** apresentada aos respondentes para avaliação – *a responsabilidade social empresarial se refere à cooperação entre as empresas privadas e o Estado, por períodos determinados, para a resolução de problemas específicos que afetam diretamente os negócios da empresa* – continha uma idéia implícita de *advocacy*, de busca de interesses privados das empresas, ao considerar a RSE como cooperações pontuais e privativas com o poder público. A consolidação das respostas indicou que 77% das empresas participantes da enquete discordaram dessa consideração e não perceberam a RSE dessa forma.

⁸ As considerações apresentadas às empresas participantes do questionário foram elaboradas com base nas levantadas anteriormente pelos pesquisadores CAPPELLIN, GIULIANI, MOREL e PESANHA (2002).

Tabela 1 – Taxa de concordância e discordância do empresariado paulista socialmente responsável em relação a considerações sobre a Responsabilidade Social Empresarial

Opções de Resposta	Discorda		Concorda		Total	
	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd
Consideração 1: A responsabilidade social empresarial se refere à cooperação entre as empresas privadas e o Estado, por períodos determinados, para a resolução de problemas específicos que afetam diretamente os negócios da empresa.	77%	27	23%	8	100%	35
Consideração 2: A responsabilidade social empresarial se refere a um novo modelo de gestão dos negócios que alia as funções econômica, social e ambiental da empresa.	0%	0	100%	35	100%	35
Consideração 3: A função prioritária da empresa é a função econômica e, por isso, não há como falar em responsabilidade social empresarial.	97%	34	3%	1	100%	35
Consideração 4: A responsabilidade social empresarial se refere às ações filantrópicas do proprietário da empresa.	97%	34	3%	1	100%	35
Consideração 5: A responsabilidade social empresarial é uma nova ferramenta da empresa para agregar lucro aos seus negócios.	60%	21	40%	14	100%	35
Total de respostas						35

Nas entrevistas, foi possível averiguar reflexões dos agentes acerca da relação entre empresa e Estado. Para a maioria das empresas entrevistadas, a RSE não foi vista como uma ação concorrente à ação estatal, mas complementar. Interpretaram que “a responsabilidade é nossa independente do governo (representante da PRVS, em 08/11/2010), sublinharam “trabalhar em causas conjuntas com o setor público” (representante do ItaúUnibanco, em 12/11/2010), opinaram que “as empresas podem sim potencializar e ajudar... no papel do Estado e não assumir o lugar dele” (representante da Fersol, em 26/11/2010), e que “a gente não pode jogar nas costas só da União...dos governos a responsabilidade pelo social” (representante da Doceria Beijinho Doce, em 03/12/2010).

Apesar das afirmações de possibilidade de alocar a RSE para cooperação com o Estado, uma prática relacionada a isto e investigada durante a enquete - se a empresa desenvolvia parcerias com o Governo (municipal, estadual ou federal) para apoiar a implementação de políticas públicas sociais ou ambientais - não obteve uma alta porcentagem de implementação se comparada às outras praticas investigadas no questionário. A resposta a esta prática se distribuiu da seguinte forma: 51% das empresas responderam que implementavam parcerias com governos, 40% responderam que não implementavam, 6% responderam que aquilo não se aplicava à empresa, e 3% responderam que não sabiam. Apesar das falas nas entrevistas apontarem a RSE como um instrumento potencializador da ação estatal, a taxa efetiva de desenvolvimento de parcerias com o poder público não foi tão expressiva se levada em consideração a alta taxa de execução de outras práticas investigadas⁹.

Ainda referente à relação entre RSE e Estado, percebeu-se uma tendência entre o grupo de empresas pesquisado em dissociar a existência da RSE da atuação burocrática estatal quando, na verdade, no contexto brasileiro, o modelo é dependente do Estado.

⁹ Um conjunto de 26 práticas rotuladas de socialmente responsáveis também foi objeto de investigação com o intuito de relacionar sentidos e práticas. A opção da pesquisa em separar na coleta dos dados o que se entendia por RSE e o que se praticava foi apenas para fins didáticos de análise, pois havia ciência da não separação desses termos uma vez que a prática é o próprio sentido em ação. As práticas em implementação que prevaleceram no grupo pesquisado foram as das dimensões econômicas e ambientais. Identificou-se que 88% das práticas investigadas eram implementadas pelas empresas, apresentando alto índice de implementação. Contudo, a dimensão social, especificamente as não exigidas em lei, não apresentaram altos índices de implementação. Quando algumas das práticas de cunho social foram qualificadas nas entrevistas, estas se mostram frágeis e controversas, como no caso de programas para a contratação de grupos minoritários e o combate à corrupção.

Cappellin e Giuliani (2004) já nos indicaram essa dependência, ao refletirem sobre a relação entre a existência de legislação estatal e maior implementação de práticas de RSE em temas regulamentados. Como eles afirmaram, a atuação empresarial na dimensão social do modelo é basicamente voluntarista haja vista a ausência de legislação que a obrigue; a exceção são as relações trabalhistas. Por outro lado, a atuação expressiva das empresas na dimensão ambiental, área que continua a receber regulamentação no país, ocorre a partir do poder coercitivo do Estado. Essa relação indica que a regulamentação do Estado pauta o grau de adesão às práticas sob a égide do modelo de Responsabilidade Social Empresarial.

Se na reflexão específica sobre RSE e Estado as empresas pesquisadas tenderam a considerar o modelo como independente da atuação estatal (em alguns casos cooperativos), em outro momento da pesquisa, ao refletirem pontualmente sobre o que fosse a RSE, foi unânime considerá-la como um **instrumento de legalidade** de atuação das empresas no país. As empresas não perceberam a influência do Estado na adoção da RSE. Não obstante, perceberam um movimento contrário, a influência da RSE para o cumprimento da legislação no país, a importância do modelo para fomentar comportamentos exigidos pelo Estado.

O não cumprimento da lei foi destacado pelas empresas entrevistadas quando foram demandadas, posteriormente, a explicarem o que caracterizaria uma empresa não socialmente responsável. Seja, inicialmente, pela afirmação do que fosse RSE e, posteriormente, pela negação do que fosse RSE, a legalidade apareceu como uma característica distintiva. “É você pagar seus impostos, cumprir as normas da lei” (representante da 24X7, em 23/11/2010). “É atuar dentro das regras das leis” (representante da PRVS, em 08/11/2010). “Tem que seguir a legislação” (representante da Beraca, em 24/11/2010). Para o grupo, agir de acordo com a lei é o mínimo para ser considerada uma empresa socialmente responsável.

Essa indicação das empresas, que RSE é cumprir a lei, comprova uma simbiose entre RSE e Estado no Brasil. A Responsabilidade Social Empresarial é legalizada e legalizadora no país. Legalizada, pois a regulamentação estatal acaba por pautar as práticas do modelo, e legalizadora porque a RSE reforça a observância da lei. Com esse dado da pesquisa, é possível interpretar que o modelo da RSE no país é bastante

representativo do capitalismo racionalizado do segundo espírito ao primar pela legalidade.

A **segunda consideração** sobre RSE investigada no questionário – *a responsabilidade social empresarial se refere a um novo modelo de gestão dos negócios que alia as funções econômica, social e ambiental da empresa* contém o sentido objetivo do modelo de RSE fomentado pelas instituições nacionais e internacionais que trabalham em prol do fenômeno. A consolidação das respostas indica que 100% das empresas participantes da enquete concordaram que assim seja a RSE. Fica claro que, diante de um rol de percepções, elas concordaram expressivamente com o que é institucionalmente difundido no país.

No momento da entrevista, buscou-se qualificar exaustivamente o entendimento sobre o que fosse para as empresas o modelo da RSE de forma a identificar o quanto as empresas se distanciariam e se aproximariam daquele sentido objetivo, e se indicariam elementos não contemplados por aquele conceito. As respostas se concentraram em torno dos seguintes entendimentos majoritários, de que o modelo de RSE: amplia as funções da empresa para além da econômica; amplia as conexões da empresa; é denominado sustentabilidade; é uma proposta de difícil institucionalização no seio da empresa; é uma tendência inexorável da empresa capitalista; é um instrumento de legalidade no país (já abordado anteriormente); é um instrumento de atratividade externa e interna do trabalhador; é um diferencial de mercado; é contraposto ao *marketing* social.

A indicação de que a RSE significa **amplitude de funções empresariais** foi inicialmente identificada quando as empresas foram questionadas especificamente sobre a função delas na contemporaneidade. Em momento posterior, sobre o que fosse em específico a RSE, essa amplitude de funções foi novamente mencionada ao discorrerem sobre as três dimensões que compõem o modelo: econômico, social e ambiental. Como metáforizou uma empresa entrevistada, “o desenho é um carro, uma pessoa e uma folha... negócio, sociedade, meio ambiente e se você perguntar qual vem antes... não... os três juntos... todas as práticas merecem o devido peso” (representante da Dpaschoal, em 16/11/2010).

Como consequência da amplitude das funções empresariais, a RSE também foi entendida como um **conjunto de novas conexões**. As empresas fizeram referência à diversidade de públicos (*stakeholders*) com a qual deveriam se relacionar: comunidade,

governo, clientes, fornecedores, funcionários, etc. Quando foram questionadas, posteriormente, sobre o que seriam as empresas não socialmente responsáveis, indicaram a não percepção das relações reticulares como outra característica das empresas que não fazem parte do grupo; além da legalidade já abordada anteriormente. Ser grande no âmbito da RSE é ser conectivo. Ser pequeno é ser uma empresa “que se fecha em copas” (representante da Editora Globo, em 18/11/2010).

A importância das conexões para as empresas entrevistadas foi tamanha que preferiam utilizar o termo *sustentabilidade* em detrimento da expressão comumente usada *Responsabilidade Social Empresarial*. Em alguns momentos, informaram abertamente preferirem-no e corrigiram a entrevistadora: “o nosso conceito de responsabilidade social empresarial na verdade a gente usa esse termo sustentabilidade” (representante da Fleury, em 25/11/2010). A preferência pelo termo sustentabilidade ocorreu em função de acharem que este melhor retratava os públicos do modelo. A expressão *Responsabilidade Social Empresarial*, aparentemente, reforça apenas a dimensão social da proposta, mesmo que o conceito objetivo da expressão contenha implicitamente as três dimensões (econômica, social, ambiental).

Essa exacerbação da ampliação das funções e das conexões feita pelas empresas entrevistadas as aproxima mais dos conteúdos do terceiro *espírito do capitalismo* do que do segundo e primeiro conjunto de crenças desse sistema. Não seria no âmbito das relações personalistas do primeiro, nem a partir das relações burocráticas do segundo, que o caráter reticular da proposta da RSE ganharia proeminência entre as empresas.

Diferentemente do que indicou anteriormente o caráter legalista da RSE, próprio do segundo espírito capitalista e da sua lógica industrial, o caráter conexcionista do modelo de RSE o remete ao terceiro espírito e à lógica por projetos. Por isso interpreta-se que a RSE apresenta duas funções antagônicas ao capitalismo brasileiro. Ao mesmo tempo em que fortalece o conteúdo racional do segundo conjunto de crenças capitalistas, fomenta o conexionismo do terceiro espírito do capitalismo. A RSE, no contexto brasileiro, se apresenta com uma dupla função, aparentemente contraditória, ratificadora do capitalismo racional e fomentadora de um capitalismo revigorado em valores contrapostos à racionalidade.

Outra resposta majoritária entre as empresas entrevistadas ao serem questionadas sobre o que fosse RSE foi a explicação de ser um modelo organizacional envolto por

dificuldades de inserção no âmbito da empresa. A institucionalização da RSE na empresa se depara com o obstáculo da aceitação da proposta pelo seu público interno, pois nem todos os que atuam na empresa estão dispostos à mudança de gestão. A RSE foi apresentada como um processo de mudança árduo no interior da empresa. Muitas das empresas informaram da necessidade de capacitar os escalões médios e inferiores para assimilação do fenômeno, a “catequese dessas pessoas” (representante da Fleury, em 25/11/2010). Essa prática de educação para a assimilação interna do modelo de RSE não está prevista em nenhum indicador da área e nem é objeto de certificação. Contudo, ao serem questionadas sobre qual das práticas socialmente responsáveis seria a mais desafiadora, as empresas indicaram a própria assimilação da RSE no seio da organização.

Essa dificuldade revela algo a mais, que a RSE no Brasil não é uma proposta que vem do “chão da fábrica”, mas é um fenômeno portado pelo empresário, pelos diretores e pelos gerentes. Ou seja, por **indivíduos que ocupam posições de liderança**. O trabalhador, tido como público prioritário da RSE, passa a ser mero expectador da organização do modelo dentro da empresa. Tanto é que quando questionadas sobre o que motivou a adoção da RSE, as empresas indicaram essas lideranças como a motivação principal, com ênfase nos fundadores das empresas, “se você não tiver liderança engajada nesse assunto você não consegue andar para frente” (representante da Beraca, em 24/11/2010). Importante sublinhar que não foi apenas o fato dessas pessoas ocuparem posições de liderança que as qualificou como principais portadores do fenômeno, elas também se mostravam conscientes das transformações por quais passou a relação entre empresa e sociedade.

A RSE foi tratada como um modelo profético, uma **tendência inexorável do capitalismo**. As empresas entrevistadas discorreram sobre um tempo passado, filantrópico, e o vigente, da RSE. Também profetizaram se as empresas não mudarem, não farão mais parte do sistema: “a tendência é inexorável eu acho assim cada vez menos é opcional, cada vez menos uma escolha... isso é um caminho sem volta” (representante do ItaúUnibanco, em 12/11/2010).

A RSE se mostrou explicitamente instrumental aos negócios da empresa quando compreendida como **atração de funcionários, motivação ao trabalho** do quadro vigente de funcionários e **diferencial mercadológico**. As empresas se mostraram conscientes de que há algo mais que motiva a atual geração a se engajar na empresa

capitalista, para além da perspectiva de carreira e bons salários. Para isso, a motivação extra de engajamento da geração atual é oferecida pelo modelo da RSE. O mesmo procede para os que já estão inseridos na empresa. Para estes, as práticas advindas da RSE surgem como motivadoras, animadoras, para continuar engajando-os: “a gente acabou entendendo que quanto isso agrega valor também em termos de humanizar até a própria empresa” (representante da Editora Globo, em 18/11/2010); “um funcionário voluntário, por exemplo, ele trabalha muito mais motivado” (representante da Ioschpe Maxion, em 22/11/2010). Já em relação ao diferencial mercadológico, a RSE foi considerada como uma ferramenta de competitividade e, conseqüentemente, instrumental à obtenção de lucro; por mais que não se quis admitir abertamente a instrumentalidade à lucratividade no âmbito da pergunta específica sobre RSE e lucro,.

Passemos à **quarta consideração** da enquete (a terceira consideração já foi abordada no item sobre os sentidos atribuídos à empresa). A quarta consideração apresentada aos respondentes – *a responsabilidade social empresarial se refere às ações filantrópicas do proprietário da empresa* – continha implicitamente a ideia do filantropo. O objetivo era averiguar se as ações caritativas ainda seriam consideradas como RSE. A consolidação das respostas indica que 97% das empresas participantes da enquete discordaram que filantropia fosse RSE.

As entrevistas deixaram ainda mais evidente a **diferenciação** que os respondentes fizeram **da figura do filantropo**, até como uma necessidade de afirmação de uma identidade contrária àquela. Buscaram distinguir suas práticas socialmente responsáveis das filantrópicas. Isso não significa que o comportamento caritativo deixou de existir, pois práticas enfatizadas durante as entrevistas tinham um caráter filantrópico ainda. Percebeu-se que a filantropia ganhou novos contornos para essas empresas, pois passou a ser sistematizada, monitorada e avaliada. É o conceito do Investimento Social Privado (ISP) a tomar o lugar da filantropia. A ascensão do ISP revela a presença de um aparato administrativo burocrático típico do segundo espírito do capitalismo: “começar assistencialista e nesse processo de amadurecer o assistencialismo pra uma coisa mais planejada” (representante da Dpaschoal, em 16/11/2010). Nesse contexto de **negação do** que seja a RSE, o **marketing social** também foi mencionado. As empresas pesquisadas criticaram a propaganda feita por outras na busca pela aparência da RSE.

A **quinta consideração** apresentada aos respondentes no questionário para avaliação – *a responsabilidade social empresarial é uma nova ferramenta da empresa para agregar lucro aos seus negócios* – tinha o objetivo de identificar se as empresas pesquisadas consideravam a RSE um meio para o alcance do fim de reprodução do lucro da empresa capitalista. A consolidação das respostas indica que 60% das empresas discordaram que a RSE fosse uma ferramenta de agregação de lucro e 40% concordaram que seja. Diferentemente das respostas às outras considerações dessa pergunta no questionário, em que se percebeu um alto nível de concordância ou discordância, na consideração cinco a taxa de diferença entre as respostas “discordo” e “concordo” diminuiu. Isso levou a pesquisa a questionar nas entrevistas a relação entre RSE e lucro.

Nas entrevistas, as empresas se sentiram mais à vontade para declarar que havia relação entre RSE e lucro, pois tinham condições de qualificar essa resposta, de justificar o “concordo” do questionário. Na reflexão sobre o lucro, indicaram haver uma relação entre RSE e **agregação de valor à imagem da empresa**, mais do que agregação de lucro. Houve, também, determinada insistência por parte das empresas em afirmarem não serem socialmente responsáveis em função do incremento do lucro. O lucro deveria ser qualificado como sustentável. Até certo ponto, percebeu-se um incômodo entre os entrevistados em afirmar o incremento do lucro por meio da RSE. Em alguns casos, lucro estava sendo entendido como ganância e, aparentemente, isso é condenável. Como se o lucro por si só, o dever capitalista da aquisição em si, não fosse bem recebido no seio da sociedade brasileira.

Todos esses sentidos atribuídos à RSE e apresentados até agora - ampliação da função racional econômica, instrumento de legalidade, relações reticulares, sustentabilidade, processo de mudança árduo, lideranças como portadores do fenômeno, tendência inexorável, atratividade do trabalhador, diferencial mercadológico, negação da filantropia e do *marketing* social, agregação à imagem e lucratividade - foram os que se apresentaram como majoritários entre as empresas entrevistadas independentemente do porte e setor.

Ainda que não componha o grupo de respostas majoritárias, vale mencionar que a RSE foi entendida como uma forma de **gratidão** pelo sucesso econômico das empresas. Percebeu-se, novamente, a necessidade de justificativa do sucesso financeiro diante de um contexto de desigualdade social no país, como se precisassem de uma licença para o

processo aquisitivo. Outra resposta foi explicar a RSE como uma **extensão da cidadania** individual, com referências ao âmbito da casa, da família, do particular: “não foi induzido, veio de casa” (24X7, em 23/11/2010). Essas duas percepções foram específicas de empresas de pequeno e médio porte, pois todas as outras considerações estavam bem pulverizadas entre as empresas entrevistadas.

Outra resposta, única, não componente do grupo de respostas majoritárias foi a contrariedade a todas as considerações identificadas. As práticas da RSE eram apenas implementadas se trouxessem retornos financeiros certos aos negócios da empresa. Essa empresa chegou a considerar práticas da RSE como instrumentais à captação de interesses privados na esfera pública, numa configuração clara de processos corruptivos.

Com a investigação específica sobre o que fosse a RSE, conseguiu-se identificar várias considerações, cujas incidências já foram apresentadas. Além disso, procurou-se elucidar o que fosse primordial para ser considerada uma empresa socialmente responsável, os elementos mínimos que caracterizariam a empresa socialmente responsável no Brasil. Dessa forma, ao final das entrevistas, os respondentes foram questionados sobre o que fosse uma empresa não socialmente responsável. Para esse grupo de empresas é a que não tem uma função para além da reprodução do lucro, que não se atenta para as relações reticulares da empresa, que não é legalista e não está focada nos funcionários. Ser socialmente responsável para este grupo de empresas é, no mínimo, flexibilizar a racionalidade econômica, instituir novas conexões, enaltecer a racionalidade a partir da legalidade e ter ênfase no público interno, os trabalhadores.

Considerações Finais

O trabalho se propôs a analisar mudanças na ação empresarial brasileira, por meio da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), à luz das transformações no sistema valorativo do capitalismo ocidental. Buscou, especificamente, compreender se a aproximação de empresas paulistas ao recente modelo de RSE correspondeu a mudanças nos sentidos fornecidos à função empresarial e à RSE.

Foi diante de um capitalismo revigorado em suas crenças que foi identificada a organização de uma nova proposta de relação entre empresa e sociedade, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), não cabível apenas no espírito capitalista familiar ou no espírito capitalista racional. No âmbito das crenças ainda personalistas do

primeiro espírito do capitalismo, amparadas nas convenções da *Cidade Doméstica*, apenas identificou-se uma relação pautada pela filantropia entre empresa e sociedade. Já no segundo espírito do capitalismo, a partir da racionalidade, foram identificados dois tipos de relações entre empresa e sociedade, ainda a filantrópica e a legalizada. Filantrópica, pois a racionalidade não conseguiu prever em seu aparato administrativo-burocrático as ideias subjacentes à proposta da RSE. Legalizada, pois muitas das práticas rotuladas de socialmente responsáveis surgiram das regulamentações estatais. Não seria apenas no âmbito do segundo espírito do capitalismo que a RSE ganharia força, pois este estava predominantemente ancorado nas convenções da *Cidade Industrial*.

É a partir do processo de transição do segundo espírito do capitalismo para o terceiro espírito do capitalismo que foi percebido o fortalecimento do fenômeno da RSE. Apenas quando o valor da racionalidade começa a ser flexibilizado e surgem valores concomitantes no âmbito do capitalismo, tais como a diversidade de conexões e o ideal cívico fortalecido, que o modelo da RSE ganha espaço, é animado. Constatou-se, então, que a RSE se aloca entre a racionalidade e o conexionismo do capitalismo ocidental.

Os sentidos subjetivamente identificados entre o grupo de empresas investigado afirmam o sentido objetivamente difundido pelos institutos que fomentam o modelo e revelam outros não explicitados por estes. Esses sentidos também demonstram que esse grupo busca se apresentar como portadores de uma ação empresarial atualizada de acordo com as novas convenções capitalistas do terceiro espírito do capitalismo.

Também a partir dos sentidos identificados, conclui-se que a RSE no Brasil se mostra como fortalecedora do valor da racionalidade do segundo espírito do capitalismo, além de animadora das crenças do terceiro espírito do capitalismo. A RSE é um meio comprobatório que o processo de atualização do sistema valorativo do capitalismo está vigente na sociedade brasileira, pois é perceptível o apelo das empresas tanto às convenções da *Cidade Industrial* quanto da *Cidade por Projetos* para justificarem o engajamento numa nova ação empresarial.

Referências 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, n° 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.