

Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da
Informação e Documentação (Face)
Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA)



OSORIO CARVALHO DIAS

**RACIONALIDADES SUBJACENTES ÀS AÇÕES DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM
EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO**

DISSERTAÇÃO

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
BRASÍLIA, DEZEMBRO DE 2009

OSORIO CARVALHO DIAS

RACIONALIDADES SUBJACENTES ÀS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação da Universidade de Brasília, para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Orientadora: Profa. Dra. Janann Joslin Medeiros

Brasília - DF

2009

OSORIO CARVALHO DIAS

**RACIONALIDADES SUBJACENTES ÀS AÇÕES DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM
EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO**

Comissão examinadora:

Profa. Dra. Janann Joslin Medeiros

Orientadora

Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Brasília

Profa. Dra. Leonor Moreira Câmara

Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Maurício Roque Serva de Oliveira

Departamento de Ciências da Administração - Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Ricardo Gomes

Programa de Pós-Graduação em Administração – Universidade de Brasília

Brasília, dezembro de 2009.

Carvalho, Osório Dias

Racionalidades Subjacentes às Ações de Responsabilidade social corporativa em Empresas do Setor Elétrico Brasileiro. Brasília, 2009. xi, 160 f

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Administração – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação (Face) – Universidade de Brasília.

1. Responsabilidade Social. 2. Racionalidade Substantiva. 3. Racionalidade Instrumental. 4. Responsabilidade social corporativa. I. Título.

A minha família, Patrícia, Max e Erin, pelas horas roubadas.

AGRADECIMENTOS

Mais que um trabalho científico esta dissertação é o realizar de um sonho antigo. Por isso e por tudo o mais que estas páginas materializam, agradeço a Deus em primeiro lugar. Agradeço encarecidamente à Professora Doutora Janann Joslin Medeiros, que além de se dispor a por nos trilhos meu traço solto demais, serviu-me de professora, orientadora, inspiração e motivação. Obrigado pelas horas que perdeu na leitura dos labirintos de minha inexperiência acadêmica e como pesquisador.

Agradeço também aos Professores Doutores Leonor Moreira Câmara (UnB), Maurício Roque Serva de Oliveira (UFSC) e Ricardo Correa Gomes (UnB) por concordarem em serem meus examinadores e, mais que isso, pelas valiosas ‘dicas’ da fase de qualificação, que abriram meus olhos para a necessidade de coerência epistemológica e abrangência de conteúdo, indispensável num trabalho científico desta envergadura.

Agradeço também aos Professores Doutores Marcus Vinicius Soares Siqueira, Cibele Queiroz da Silva, Maria de Fátima Bruno de Faria, Bernardo Mueller e, ao também Coordenador do PPGA, Paulo Du Pin Calmon, por todo o conhecimento que compartilharam ao longo destes dois anos.

Agradeço aos funcionários da Secretaria do PPGA pelo apoio logístico e, muitas vezes, orientador.

Agradeço finalmente a todos, todos mesmo, que têm o mesmo espírito inquieto como o meu e que fazem avançar o conhecimento humano e que de alguma maneira contribuíram com esta inquietude para trazer luz a minha ignorância e abrir-me as portas de um pouco mais de conhecimento.

“Mas, todavia, esta espécie de conhecimento deve, em certo sentido, considerar-se como dada; e a Metafísica é real, senão como ciência feita, pelo menos em sua disposição natural (*Metaphisica Naturalis*), porque a razão humana, sem que esteja movida por uma vaidade de uma onisciência; senão simplesmente estimulada por uma necessidade própria, marcha sem descanso algum para questões que não podem ser resolvidas pelo uso empírico da razão, nem por princípios que dela emanem. Isso sucede realmente a todos os homens, logo que a sua razão começa a especular; por isso a Metafísica existiu sempre e existirá onde esteja o homem. De tal modo a nossa questão é agora: como é possível a Metafísica como disposição natural? Quer dizer: como nascem da natureza da razão humana universal essas questões, que a razão pura formula e que por necessidade própria se sente impulsionada a resolver?

Immanuel Kant (*Crítica da Razão Pura*)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMATIZAÇÃO	1
1.2. JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	3
1.3. OBJETIVOS DA PESQUISA	8
1.3.1. <i>Objetivo Geral</i>	9
1.3.2. <i>Objetivos Específicos</i>	9
1.4. DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	9
1.5. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	9
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1. CONCEITO DE CORPORAÇÃO	11
2.2. CONCEITOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	16
2.4. CONCEITOS DE RACIONALIDADE INSTRUMENTAL E SUBSTANTIVA.	28
3. METODOLOGIA	41
3.1. ESCOLHA DAS EMPRESAS PARA A ANÁLISE DO DISCURSO	41
3.2. TIPO DE PESQUISA	44
3.3. COLETA DE DADOS	47
3.4. ANÁLISE DOS DADOS	48
3.4.1. <i>Pré-Análise</i>	49
3.4.2. <i>Análise do Material</i>	50
3.4.3. <i>Tratamento dos Resultados</i>	50
3.4.3.1. <i>Determinação das Unidades de Registro</i>	50
3.4.3.2. <i>Escolha das regras de numeração</i> :	50
3.4.3.3. <i>Definição das categorias de análise</i>	51
3.4.4. <i>Análise categorial</i>	53
3.4.5. <i>Análise de discurso</i>	55
3.4.6. <i>Aplicação das técnicas: a montagem dos códigos</i>	56
3.4.7. <i>Um Modelo Conceitual</i>	57
3.4.8. <i>As comparações em busca de regularidades</i>	59
3.5. LIMITAÇÃO DO MÉTODO	59
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	61
4.1. O SISTEMA ELÉTRICO BRASILEIRO	61
4.1.1. <i>Agentes de Geração</i>	64
4.1.2. <i>Agente de Transmissão</i>	64
4.1.3. <i>Agente de Distribuição</i>	65
4.1.4. <i>Agente de Comercialização</i>	65
4.1.5. <i>Agente de Importação</i>	65
4.2. A REDE DE ATORES NO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO	66
4.2.1. <i>CNPE – Conselho Nacional de Política Energética</i>	67
4.2.2. <i>MME – Ministério de Minas e Energia</i>	67
4.2.3. <i>EPE – Empresa de Pesquisa Energética</i>	67
4.2.4. <i>CMSE – Comitê de Monitoramento do Setor Elétrico</i>	68
4.2.5. <i>Aneel – Agência Nacional de Energia Elétrica</i>	68
4.2.6. <i>CCEE – Câmara de Comercialização de Energia Elétrica</i>	68
4.2.7. <i>ONS – Operador Nacional do Sistema</i>	69
4.3. ANÁLISE PRELIMINAR DAS EMPRESAS PESQUISADAS	69
4.4. ANÁLISE DO DISCURSO DAS COMPANHIAS	73
4.4.1. <i>CEMIG – Centrais Elétricas de Minas Gerais</i>	75
4.4.2. <i>CELESC – Centrais Elétricas de Santa Catarina</i>	84
4.4.3. <i>CPFL – Companhia Paulista de Força e Luz</i>	89
4.4.4. <i>COELCE – Companhia Elétrica do Ceará</i>	97
4.4.5. <i>COPEL – Companhia Paranaense de Energia</i>	108
4.4.6. <i>Duke Energy</i>	112
4.4.7. <i>Grupo Energisa/Cataguases-Leopoldina</i>	116
4.4.8. <i>EDP Energias do Brasil</i>	120
4.5. ANÁLISES CONJUNTAS	125

4.5.1. <i>Semelhança entre Ações de RSC das Companhias</i>	127
4.5.1.1. <i>Características ligadas ao setor elétrico</i>	128
4.5.1.2. <i>Análise da Legislação do Setor</i>	134
5. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS	139
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	145
7. APÊNDICES E ANEXOS	151
7.1. APÊNDICE 01 – ARCABOUÇO JURÍDICO	151
7.2. APÊNDICE 02 - DOCUMENTOS CONSULTADOS PARA A PESQUISA	158
7.3. APÊNDICE 03 – ESTUDOS DE CASOS – EINSENHARDT.	159
7.4. APÊNDICE 04 – LISTA DE CATEGORIAS DE ANÁLISE E CÓDIGOS	160

LISTA DE ANEXOS E APÊNDICES

7.1. APÊNDICE 01 – ARCABOUÇO JURÍDICO	151
7.2. APÊNDICE 02 - DOCUMENTOS CONSULTADOS PARA A PESQUISA	158
7.3. APÊNDICE 03 – ESTUDOS DE CASOS – EINSENHARDT.	159
7.4. APÊNDICE 04 – LISTA DE CATEGORIAS DE ANÁLISE E CÓDIGOS	160

LISTA DE TABELAS, GRÁFICOS E QUADROS

TABELAS

TABELA 1 – INTERESSE CIENTÍFICO BRASILEIRO EM TEMAS RELACIONADOS À RSC.	4
TABELA 2 – AGENTES DE GERAÇÃO NO SISTEMA ELÉTRICO NACIONAL.....	64

GRÁFICOS

GRAFICO 1 – CONCENTRAÇÃO DE INDICADORES DE TIPO DE RSC	126
--	-----

QUADROS

QUADRO 1 – RESULTADOS DE PESQUISA BIBLIOMÉTRICA SOBRE RSC NO ENANPAD.	6
QUADRO 2 - ABORDAGENS À RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	19
QUADRO 3 - CARACTERÍSTICAS DAS RACIONALIDADES INSTRUMENTAL E SUBSTANTIVA.	40
QUADRO 4 – SETORES ECONÔMICOS DAS EMPRESAS LISTADAS NO 'EM BOA COMPANHIA'.	43
QUADRO 5 - COMPARAÇÃO ENTRE RACIONALIDADE SUBSTANTIVA E INSTRUMENTAL.....	58
QUADRO 6 – TIPO DE ATIVIDADES DESENVOLVIDAS POR CIA. DE ENERGIA.	66
QUADRO 7 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CEMIG - 01	76
QUADRO 8 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CEMIG - 02	77
QUADRO 9 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CEMIG - 03	78
QUADRO 10 - COMPARAÇÃO ENTRE AS POLÍTICAS DE GOVERNO E AÇÕES DA CEMIG	83
QUADRO 11 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CELESC - 01	85
QUADRO 12 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CELESC - 03	85
QUADRO 13 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CELESC - 02	86
QUADRO 14 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CPFL - 01	91
QUADRO 15 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CPFL - 02.....	92
QUADRO 16 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CPFL - 03.....	93
QUADRO 17 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CPFL - 04.....	93
QUADRO 18 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- CPFL - 05.....	94
QUADRO 19 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 01.....	99
QUADRO 20 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 02.....	99
QUADRO 21 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 03.....	100
QUADRO 22 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 04.....	100
QUADRO 23 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 05.....	101
QUADRO 24 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 06.....	101
QUADRO 25 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 07.....	102
QUADRO 26 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 08.....	102
QUADRO 27 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 09.....	103
QUADRO 28 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 09.....	103
QUADRO 29 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 10.....	104
QUADRO 30 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 11.....	104
QUADRO 31 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 12.....	105
QUADRO 32 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 13.....	105
QUADRO 33 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COELCE - 14.....	106
QUADRO 34 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- COPEL - 01.....	109
QUADRO 35 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- DUKE - 01	113
QUADRO 36 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- DUKE - 02	113
QUADRO 37 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- ENERGISA - 01.....	117
QUADRO 38 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- ENERGISA - 02.....	117
QUADRO 39 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- EDP - 01.....	121
QUADRO 40 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- EDP - 02.....	121
QUADRO 41 – AÇÕES LISTADAS NO SITE “EM BOA COMPANHIA”- EDP - 03.....	122
QUADRO 42 – COMPARAÇÃO ENTRE ESTRUTURA ACIONÁRIA E TIPO DE AÇÕES DE RSC.	127
QUADRO 43 – COMPARAÇÃO ENTRE OS TIPOS DE AÇÕES DE RSC.....	134
QUADRO 44 – ANÁLISE CONJUNTA DA ESTRUTURAÇÃO LEGAL NO SETOR ELÉTRICO (CONTINUAÇÃO).....	137

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - PARADIGMAS NA ANÁLISE ORGANIZACIONAL	44
FIGURA 2 - ETAPAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO	52
FIGURA 3 - ATORES DO SISTEMA ELÉTRICO BRASILEIRO	66
FIGURA 4 – INTERDEPENDÊNCIA NO SISTEMA ELÉTRICO BRASILEIRO.	130
FIGURA 5 – ESTRUTURAÇÃO NO CAMPO DA ENERGIA ELÉTRICA NO BRASIL.....	133

RESUMO

Esta dissertação é o relato de pesquisa que buscou entender o surgimento do fenômeno da Responsabilidade Social Corporativa e sua disseminação entre as corporações atuais. Neste sentido foi adotada como premissa central do trabalho a idéia de que entender a racionalidade subjacente aos discursos permite entender o surgimento e a disseminação do fenômeno da responsabilidade social corporativa. Para tanto foram detalhados os conceitos de racionalidade substantiva, racionalidade instrumental, corporação e responsabilidade social corporativa. Por meio de um trabalho descritivo, com pesquisa qualitativa e análise de conteúdo, analisou-se oito corporações do setor elétrico, com ações de responsabilidade social corporativa listadas no programa 'Em Boa Companhia' da Bolsa de Valores de São Paulo, no intuito de extrair inferências que pudessem identificar o tipo de racionalidade predominante em tais ações e o que determinaria a disseminação desta prática. O trabalho também buscou conceituar detalhadamente o que seria responsabilidade social corporativa, fazendo um histórico do surgimento desta prática entre as empresas e também sobre o tratamento acadêmico que vem sendo dado ao tema. Utilizando-se de análise do discurso e análise categorial, com apoio de um modelo conceitual criado especialmente para esta análise, foi possível detectar os tipos de racionalidade presentes no discurso das companhias avaliadas. Ressalta-se que quando se aborda a responsabilidade social corporativa não se inclui, nesta pesquisa, a responsabilidade social de seus proprietários, ou mesmo de seus gerentes. Trata-se a organização como ente capaz de *jure* e de *facto* de exercer direitos e responder por seus atos, à parte de seus proprietários e/ou dirigentes. Ou seja, a análise realizada não abrange a racionalidade dos proprietários (acionistas ou não), dos dirigentes ou mesmo dos empregados das corporações. A pesquisa mostrou que embora se possa identificar nos discursos alguns traços de Racionalidade Substantiva, seguindo modelo de indicadores criados por meios de códigos para análise de discurso, há uma predominância de elementos de Racionalidade Instrumental presente nestes discursos, o que dá indícios da racionalidade real subjacente. Ou seja, percebe-se pelo discurso analisado, o tipo de racionalidade que predominou nas iniciativas de responsabilidade social corporativa das empresas estudadas. Outra contribuição teórica do trabalho foi a associação dos conceitos de racionalidade substantiva e instrumental ao conceito da responsabilidade social corporativa, buscando explicar o surgimento e disseminação deste fenômeno, criando um modelo de análise que pode ser utilizado para avaliar outras iniciativas de responsabilidade social corporativa, com base em teorias mais sólidas que as comumente encontradas na literatura voltada ao estudo do fenômeno.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Responsabilidade social corporativa Racionalidade Substantiva e Racionalidade Instrumental.

ABSTRACT

This dissertation is the report of a study that sought to understand the emergence of the phenomenon of Corporate Social Responsibility (CSR) and its diffusion among corporations today. The central premise of this work is that identification of the rationalities expressed in the discourses of firms that adopt CSR practices will contribute to such understanding. To this end, the concepts of substantive rationality, instrumental rationality, corporation and social corporate responsibility (CSR) are discussed and defined. By means of a descriptive study in which the discourse of eight corporations of the electrical energy sector whose actions of corporate social responsibility are listed in the “In Good Company” program of the São Paulo Stock Exchange (BOVESPA) is studied using discourse and categorical analyses. On the basis of these analyses, inferences are made about the type of rationality predominant in the actions reported, as well as with respect to the reasons for such dissemination of corporate social responsibility practices. Corporate social responsibility, as defined in this study, does not include the social responsibility of the owners or managers of corporations, but of the corporations themselves. The corporation is a social entity distinguishable from its owners or managers and capable, *de jure e de fato*, of exercising its rights and responding for its acts. The study revealed a great predominance of elements of instrumental rationality in the discourses, suggestive of the rationality underlying the actions reported by the corporations studied. In short, it's perceived by the analyzed discourse, the kind of rationality that prevailed in the corporate social responsibility initiatives of the studied companies. Another theoretical contribution of this work was the association of the substantive and instrumental rationality concepts to the concept of social corporate responsibility, explaining the emergence and dissemination of this phenomenon, creating an analysis model that can be used to assess other kinds of corporate social responsibility initiatives, based in sounder theories than the customary found in the literature connected to this phenomenon study.

Palavras-chave: Social responsibility, Corporate Social Responsibility, substantive rationality, instrumental rationality.

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização e Problematização

O tema Responsabilidade social corporativa está cada vez mais presente em publicações de todo tipo, científicas ou não, conforme será demonstrado ao longo desta contextualização. Assim como planejamento estratégico, marketing, governança corporativa, e fluxo de caixa, as empresas cada vez mais adotam o discurso da responsabilidade social corporativa.

Embora se constate todo esse interesse acadêmico sobre o tema, conforme será demonstrado ainda nesta seção, e muitos autores tratem o assunto com a profundidade merecida, boa parte dos livros e artigos publicados no Brasil funcionam mais à “guisa de merchandising de idéias do que ciência” (GOMES e MORETTI, 2007, p. 19).

Em boa parte das obras analisadas para a elaboração desta proposta parecia estar implícito que o atual conceito de responsabilidade social é um “tipo ideal” (GIDDENS, 1998) construído por grupos interessados em determinados fins e sem contribuir para o esclarecimento, aprofundamento ou a robustez conceitual do tema, girando todos ao redor de uma mesma corrente teórica, defendendo a adoção irrestrita da prática, sem maiores considerações aprofundadas de todas as implicações, ou mesmo sem explicar as forças motivadoras da adoção, ou não, de tais medidas.

Iizuka e Sano (2004, p. 12), comentando esta superficialidade no tratamento do tema escreveram:

“Sem desmerecer a importância de conhecimentos e análises gerenciais/instrumentais, um setor que se propõe a transformar a realidade ou as condições sociais, políticas e econômicas deve evoluir e transitar em áreas menos normativas e assuntos que não estejam restritos às necessidades imediatas e prementes desta área/setor.”

Ou seja, a Responsabilidade Social evoluirá para a transformação da realidade e/ou condições sociais somente se deixar de transitar em torno de si mesma, no tocante aos seus aspectos teóricos, somente se deixar de ensimesmar-se bebendo sempre em águas teóricas superficiais. Percebe-se, portanto, uma necessidade de maior aprofundamento do tema, bem como de buscar uma teoria da administração que possa explicar o surgimento do fenômeno, enquadrando-o num arcabouço teórico que permita a comparação com outras teorias da mesma vertente.

Entende-se que a evolução do conceito levará à evolução da prática e que tal evolução depende de maior aprofundamento no tratamento de tema já nem tão novo quanto às vezes a literatura especializada parece querer demonstrar.

De fato, a preocupação com o papel social da empresa tem uma longa história. Quem pesquisar as origens deste conceito, conforme ocorreu para esta pesquisa, chegará às idéias de Robert Owen, empresário inglês que atuou no início do século XIX. Segundo Souza (2008, p. 41-45) embora as conclusões de Owen fossem de que o Estado devesse intervir na economia liberal, “ele colocou em prática idéias que viriam ser a base da preocupação social das empresas”, tais como: cooperação da classe privilegiada com o bem-estar da população, filantropia e caridade, controle do trabalho infantil, urbanização e atenção à saúde coletiva, sistemas nacionais de emprego e de educação, educação infantil, lazer e descanso semanal, relações de gênero e definição de papéis sociais, educação (e doutrinação) de jovens e adultos, trabalho voluntário, saúde preventiva e fundo previdenciário, fundo moradia e desenvolvimento comunitário.

As idéias de Owen soam contemporâneas, pois a sociedade que conhecemos ainda carece de muitos dos aspectos alvos de suas preocupações àquela época. Preocupação social das empresas é uma realidade agora, como tem sido nas últimas décadas, mostrando como Owens sabia o que dizia. Segundo Dentchev (2005, p. 17), na tradição de responsabilidade social corporativa, as organizações são consideradas não somente como agentes de progresso econômico, mas também atores morais.

Carroll (1979, p. 500) afirma que a “responsabilidade social corporativa envolve as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem de uma organização em um ponto específico do tempo”. Ou seja, espera-se das empresas que atuem de maneira eficiente (no conceito econômico de eficiência), não violem as leis da sociedade em que atuam, não adotem práticas antiéticas e ainda estejam dispostas a atender aos anseios desta mesma sociedade, desde que legítimos.

Analisando ainda um pouco mais os primórdios da preocupação social por parte das empresas identificou-se a primeira menção explícita a respeito do termo responsabilidade social, ligando-o ao mundo dos negócios no manifesto assinado por cento e vinte empresas inglesas, cuja tônica versava “sobre o equilíbrio entre os interesses públicos e dos acionistas” (GOMES e MORETTI, 2007, p. 30). Entretanto, ressaltam os mesmos autores, a idéia central de responsabilidade social por parte das empresas surge com um trabalho de Charles Eliot em 1906 nos Estados Unidos. Somente em 1923, Oliver Sheldon consegue imprimir uma

discussão em torno da responsabilidade social, embora suas idéias tenham sido eclipsadas pelos estudos de Elton Mayo¹ e a crise de 1929 — A grande depressão tomou todos os espaços acadêmicos e empresariais (GOMES e MORETTI, 2007). Com uma atmosfera remodelada na dimensão capitalista, após a segunda grande guerra, Howard Bowen (1953) edita o livro conhecido por *Responsibilities of the Businessman*, que retoma a questão da atuação da empresa na sociedade. Estudos como os de Rappaport (1964), Zeniseck (1979), Carrol (1979), Wartick e Cochran (1985) Porter e Kramer (2002) e McWilliams (2001) demonstram o crescente interesse pelo tema desde então.

Também foram criadas por organismos internacionais normas de certificação social, como a ISO 14000, de gestão ambiental, a BS 8800 e OHSAS 18000, que tratam de segurança e saúde no trabalho e, finalmente, a SA 8000 e sua versão brasileira, a NBR 16000 que estabelecem regras a serem seguidas pelas empresas, se quiserem ser reconhecidas como socialmente responsáveis. São regras como a proibição do trabalho de crianças com idade inferior a quinze anos, proibição de discriminação racial, origem, sexo (e opção sexual), deficiência física, orientação política e credo religioso (GOMES e MORETTI, 2007, p. 52-53).

Todo este cenário, resumido aqui, contribuiu para o momento que vivemos no tocante à responsabilidade social corporativa. Podemos também concluir que não se trata de tema tão novo como muitos querem fazer parecer, posto que, pelo menos em conceitos atuais, fala-se e pratica-se a responsabilidade social corporativa há mais de um século.

1.2. Justificativa da pesquisa

No Brasil há crescente interesse no tema no meio acadêmico. Gomes e Moretti (2007, p. 185) fizeram um levantamento dessa situação na base dos currículos da Plataforma Lattes em 2007. Para comparar este estudo com dados atuais, no bojo deste trabalho, foi feita nova pesquisa nos dados presentes nos currículos Lattes de 2009, e constatou-se como o interesse vem crescendo de maneira significativa, conforme mostra a Tabela 1. A tabela mostra os resultados das buscas pela expressão ‘responsabilidade social corporativa’ e outras expressões

¹ Elton Mayo chefiou uma experiência em uma fábrica da Western Electric Company, situada em Chicago, no bairro de Hawthorne. Esta experiência caracterizou-se como um movimento de resposta contrária à Abordagem Clássica da Administração, considerada pelos trabalhadores e sindicatos como uma forma elegante de explorar o trabalho dos operários para benefício do patronato. À época a necessidade de se humanizar e democratizar a administração nas indústrias, aliada ao desenvolvimento das ciências humanas – psicologia e sociologia, dentre outras – e as conclusões da Experiência de Hawthorne contribuíram para a Teoria das Relações Humanas (comentários do autor).

semelhantes, utilizadas pelos autores ligados ao tema, conforme registrado na Plataforma Lattes. Analisando brevemente a tabela percebemos que se houve razoável aumento no interesse sobre o tema em geral (responsabilidade social) o aumento do interesse na junção desta expressão geral às palavras, empresarial, corporativa, empresas e negócios foi substancialmente maior.

Tabela 1 – Interesse Científico Brasileiro em Temas Relacionados à RSC.

TEMA	MENÇÕES		CRESCIMENTO (%)
	2007	2009	
Responsabilidade Social	1.771	17.545	991%
Responsabilidade Social Empresarial	129	4.859	3.767%
Responsabilidade social corporativa	99	1.945	1.965%
Responsabilidade Social das Empresas	211	5.413	2.565%
Responsabilidade Social dos Negócios	-	2.015	N/d
Cidadania Empresarial	55	2.574	4.680%
Cidadania Corporativa	26	793	3.050%
Ética nos negócios	35	1.070	3.057%
Ética Empresarial	102	3.130	3.069%
Filantropia	168	736	438%
Filantropia Empresarial	24	234	975%
TOTAL DE MENÇÕES	2.620	40.314	1.539%

Fonte: Dados da Plat. Lattes - <http://lattes.cnpq.br/index.htm> e Gomes e Moretti (2007, p. 185).

Isso demonstra, em certa medida, a apropriação do conceito de responsabilidade social pela área de negócios, demonstrando também o aumento do interesse dos acadêmicos em geral pela responsabilidade social das empresas.

Gomes e Moretti (2007, p. 184) salientam que a “multidisciplinaridade que o tema sugere pode levar muitos currículos a se repetirem em mais de uma área”, mas o fato é irrelevante para o argumento defendido aqui. Ou seja, mesmo que estes números contemplem o mesmo trabalho, feito em coparceria por mais de um autor, duas ou mais vezes, não há prejuízo para a constatação de que houve, de fato, grande aumento no interesse pelo tema pois os números pesquisados são significativos em seus incrementos.

Também uma avaliação dos Encontros da Associação Nacional de Pós Graduação em Administração - Enanpad ajuda a confirmar o caso. Até 2003, não havia uma área temática específica para gestão social, o que só aconteceu naquele ano com a criação da área de Gestão Social e Ambiental – GSA, com quinze trabalhos inscritos. No ano seguinte, foram 64 trabalhos nesta rubrica, quatro vezes mais do que 2003, conforme pesquisa realizada pelo autor nas bases de dados do Enanpad para 2003 e 2004.

Passador (2007) realizou um resgate teórico sobre o tema a partir do estudo de artigos apresentados nos anais do Enanpad, mostrando que além do aumento no interesse verificado nesta pesquisa, há pontos em comum entre os trabalhos, que mostram que a responsabilidade social corporativa é necessária em todas as organizações porque está sendo exigida pela sociedade, que seu desenvolvimento e aplicação proporcionam retorno melhor em longo prazo e que esta responsabilidade é para com os diversos *stakeholders* de sua cadeia produtiva (PASSADOR, 2007, p. 489)

Está claro que os números da tabela 1 e da pesquisa em bases do Enanpad não passam disso: números. Todavia, esclarecedor da linha adotada na discussão da responsabilidade social corporativa no Brasil é o trabalho de Campanário e Moretti (2009) que visou caracterizar o estado da arte das publicações brasileiras na área de responsabilidade social corporativa. No estudo os pesquisadores adotaram o procedimento de traçar o perfil detalhado dos autores, sua produção e citações bibliográficas utilizadas no Enanpad, entre 1997 e 2007. Além da estatística descritiva sobre autores, obras e citações, foi testada a aplicabilidade da Lei de *Lotka* – LL às obras citadas. Essa lei afirma que o número de autores (de artigos ou de obras citadas) que fazem ‘n’ contribuições em determinado campo científico é aproximadamente $1/n^2$ daqueles que fazem uma só contribuição.

Tal indicador demonstra que, no universo de autores ou de autores citados em um campo científico maduro, há uma distribuição relativamente rígida entre poucos que publicam mais e muitos que publicam menos. O estudo (CAMPANÁRIO e MORETTI, 2009, p. 81) mostrou empiricamente que, no âmbito das obras citadas não há adequação a esta lei, indicando pouca maturidade científica nos artigos sobre responsabilidade social corporativa.

A análise mostra também que a produção dos anos anteriores foi pouco utilizada nos anos seguintes e houve repetição de livros textos de administração e autores famosos pouco relacionados ao tema, não contribuindo muito para o avanço científico nesta área. Os autores concluem o relatório de sua pesquisa dizendo que “o estudo demonstrou um domínio da reprodução das mesmas idéias, reforçando a noção de que existe nesta área temática uma zona de conforto intelectual” (CAMPANÁRIO e MORETTI, 2009, p. 81-82).

Segundo a pesquisa citada nos dois parágrafos anteriores, existe exagerada concentração das citações em poucas obras genéricas da área de administração, o que inibe revelar novos talentos e propostas para o campo (CAMPANÁRIO e MORETTI, 2009, p. 81). O fato de muitos autores virem sendo introduzidos dentro de um longo período de onze anos e

não serem utilizados nos trabalhos posteriores parece significar uma “acomodação, da mesma forma que recorrer a expedientes confortáveis e tradicionais de referências de obras de caráter geral torna inócuo o marco teórico e impede o aprofundamento temático.”

Campanário e Moretti (2009, p. 82) concluem que isso implica o reconhecimento de que o campo da Responsabilidade social corporativa está longe de contar com um referencial teórico consistente, sugerindo a necessidade de uma agenda de pesquisas mais ambiciosa. Sem evolução nesse quesito, que possibilite sustentar o desenvolvimento conceitual da responsabilidade social corporativa, devido principalmente a sua natureza de se valer de linhas epistemológicas diversas, asseveram, o campo da responsabilidade social corporativa ficará dependente de um discurso monológico e pouco autêntico. O quadro 1 apresenta as principais conclusões do estudo de Campanário e Moretti:

Quadro 1 – Resultados de pesquisa bibliométrica sobre RSC no Enanpad.

Constatação da pesquisa	Discussão	Conclusão dos autores
Busca de referencial dentro da zona de conforto.	Os autores lançam mão de referências gerais e de outras disciplinas para transitar dentro do campo conceitual específico.	O discurso da RSC tem forte componente reprodutor.
Referenciais baseados em livros, com teorias já consolidadas.	Deve-se priorizar a busca por referências bibliográficas em periódicos, congressos e teses e dissertações que mantêm a pesquisa atualizada.	Apresentação de mais do mesmo nos trabalhos apresentados.
Referências a obras gerais	As referências de obras gerais não são adequadas para sair da zona de conforto, pois repetem, no mínimo, o equívoco apresentado na primeira linha deste quadro.	Obras gerais podem ser consultadas como fundamentação teórica, mas causa estranhamento que sejam predominantes dentro de uma área específica.
Há poucos trabalhos comparativos.	A comparação é uma forma de fazer progredir a ciência. A RSC mostra enorme capacidade interdisciplinar.	As comparações entre campos exigem mais do pesquisador, mas podem fornecer excelentes insights para desdobramentos e aperfeiçoamentos de várias disciplinas das Ciências Sociais Aplicadas.
Pouca utilização de evidências empíricas.	Deve-se sempre ampliar as pesquisas com a produção das práticas do campo nacionais, utilizando com mais frequência as evidências empíricas descobertas pelos pesquisadores de anos anteriores.	Não foi detectado esse procedimento na pesquisa, poucos utilizaram mesmo as pesquisas gerais, como a Ação Social das Empresas do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [IPEA] que tem relatórios desde 2000.

Fonte: Campanário e Moretti, 2009. Quadro de elaboração própria.

As discussões sobre a responsabilidade social corporativa e seu papel na sociedade, segundo Scherer e Palazzo (2007, p. 1190), embora venham sendo encetadas há décadas, ganharam relevância neste momento em que apesar do aparente interesse empresarial e

acadêmico no tema, conhecemos práticas empresariais pouco ‘sociais’ e escândalos diversos no mundo corporativo.

Ao mesmo tempo em que se evidencia longo e crescente interesse na questão da responsabilidade social das empresas, constata-se pouco consenso sobre o que seria essa responsabilidade. Conforme Basu e Palazzo (2008, p. 122), as últimas três décadas testemunham um vivo debate sobre o papel das corporações na sociedade, não reduzindo, contudo, a ambiguidade ligada ao tema.

Segundo Carroll (1979, p. 497) um fator que contribui para a ambiguidade que frequentemente encobre as discussões sobre responsabilidade social é a falta de consenso sobre o que o conceito realmente significa e qual escopo ele abrange.

Pensadores como Friedman (2002), McGuire (1963), Davis (1960) e Backman (1975) defendem a idéia de que a responsabilidade social das organizações está vinculada a seus proprietários e é extensiva, no máximo, a seus empregados. Já Manne e Wallich (1972), Steiner (1972) e Eels e Walton (1961) defendem que a responsabilidade social seja voluntária e abranja um escopo muito maior que aquele circundante da organização.

Tendo em vista as divergências ao redor da questão da responsabilidade social das empresas e a pouca profundidade da maioria dos trabalhos publicados, um dos objetivos finais deste trabalho é contribuir ao desenvolvimento da robustez conceitual sobre o tema (BASU e PALAZZO, 2008, p. 122). Procurando entender, com bases teóricas sólidas, o surgimento e a disseminação das práticas de responsabilidade social corporativa nas empresas atuais, foi elaborado um conjunto de conceitos e definições. Buscou-se, por meio de processo de análise de conteúdo, do discurso de responsabilidade social corporativa das empresas escolhidas para a pesquisa, identificar e comparar com o marco teórico recursos de linguagem que apresentem certos traços, certos sinais de racionalidade substantiva ou instrumental em peças e materiais específicos de divulgação (balanços sociais e contábeis) de projetos de responsabilidade social.

Conforme Kalberg (1980, p. 1164) os tipos de racionalidade lidam com realidades heterogêneas de formas diferentes e, portanto, introduzem regularidades de ação com diferentes graus de efetividade e alcance e são capazes de dar origem a padrões e estilos de vida. Então, tem-se como premissa básica do trabalho que entender a racionalidade

subjacente aos discursos permite entender o surgimento e a disseminação do fenômeno da RSC.

Ressalte-se que não se pretende aqui tomar tais instrumentos de divulgação e considerar os traços/sinais de racionalidade nos recursos de linguagem presentes como expressão da racionalidade substantiva ou instrumental em si mesmas, contudo procurar-se-á fazer inferências sobre tais sinais nos recursos de linguagem, buscando identificar a predominância desta ou daquela, esboçando um modelo conceitual que permita ampliar a discussão do tema no âmbito dos estudos organizacionais.

Evidência internacional da relevância dos modelos conceituais e da necessidade de melhor clarificação acadêmica sobre os conceitos relevantes da responsabilidade social corporativa é o surgimento de outros modelos conceituais explicadores no cenário internacional como os de Carroll (1979), Windsor (2006), Bowen (2007) e Geva (2008). Todos eles oferecem aspectos essenciais para a análise do desempenho social corporativo das organizações, elencando itens de interesse “tanto de acadêmicos quanto de administradores de empresas” (CARROL, 1979, p. 498).

No Brasil, ao longo do período de pesquisa para elaboração desta proposta, ressalta-se, não foi possível descobrir a existência de modelos explicadores do fenômeno nesta mesma linha, sendo este um aspecto potencialmente inovador deste trabalho na literatura brasileira sobre o assunto.

Cumprе ressaltar, todavia, que a racionalidade substantiva nas organizações produtivas e mesmo o surgimento das organizações substantivas já foi explorado por Serva (1993 e 1997), mas naqueles trabalhos não houve associação direta entre o uso das racionalidades e a adoção deste ou daquele modelo de responsabilidade social corporativa. Então a pergunta que se quis responder com este trabalho é: quais são as razões do surgimento e disseminação do fenômeno da responsabilidade social corporativa?

1.3. Objetivos da Pesquisa

Os objetivos apresentados a seguir caracterizam, de forma resumida, a finalidade deste trabalho. O objetivo geral define explicitamente o propósito do estudo enquanto que os objetivos específicos caracterizam etapas ou fases do projeto, isto é, são um detalhamento do objetivo geral, e não a estratégia de análise dos dados.

1.3.1. Objetivo Geral

Entender o surgimento do fenômeno da Responsabilidade Social Corporativa e sua disseminação entre as corporações atuais.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Identificar e descrever os discursos de responsabilidade social corporativa de corporações brasileiras com papéis negociados na Bovespa.
- b. Conceituar corporação, racionalidade substantiva, racionalidade instrumental, e responsabilidade social corporativa.
- c. Identificar a presença de elementos da racionalidade substantiva e da racionalidade instrumental nos discursos de responsabilidade social dessas empresas, verificando a predominância desta ou daquela.
- d. Buscar explicações para os resultados aferidos.

1.4. Delimitação do Estudo

A pesquisa realizada foi eminentemente empírica e, portanto delimitou-se o *locus* da observação, ou seja, o local onde o fenômeno ocorre e foi estudado (GIL, 2004, p. 162). O estudo foi realizado em relação aos discursos de responsabilidade social corporativa de empresas com fins lucrativos no Brasil e que tenham suas ações negociadas na Bovespa, ou seja, somente corporações, conforme definido na seção 2.1, foram alvos dos levantamentos e análises realizadas. É dizer que as análises e resultados encontrados não se poderiam aplicar aos demais tipos de empresas.

Outro critério de delimitação foi o temporal (GIL, 2004, p. 162), isto é, o período em que o fenômeno estudado está circunscrito. Neste caso foi realizado um trabalho de corte transversal, sendo que foram examinados os discursos atuais das organizações, não havendo retroação no tempo para análises de discursos passados, sendo que no caso dos balanços contábil e social, considera-se o último disponível (exercício de 2008).

1.5. Estrutura da dissertação

Esta dissertação tem cinco capítulos, sendo o primeiro esta introdução, que busca contextualizar o ambiente da responsabilidade social corporativa, indicar a relevância da

pesquisa sobre o tema e a delimitação do estudo. No capítulo dois está o marco teórico, incluindo a definição dos conceitos de racionalidade substantiva, racionalidade instrumental, e responsabilidade social corporativa, além do conceito de corporação, central para o correto entendimento do objeto pesquisado. No capítulo três está a descrição dos métodos utilizados na pesquisa, bem como o detalhamento do caminho a ser seguido por outros pesquisadores que queiram ampliar o conhecimento nesta direção iniciada aqui.

No capítulo quatro são apresentados os resultados e análises, com os principais achados da pesquisa e, no capítulo cinco, temos as conclusões, recomendações e considerações finais, buscando responder à pergunta proposta e atingir o objetivo geral da pesquisa, além dos objetivos específicos pertinentes.

Finalmente o trabalho inclui as referências bibliográficas, buscando denotar o aprofundamento do tema com o apoio de autores clássicos da área mas também com o auxílio de pesquisadores de temas mais amplos aplicáveis ao arcabouço pesquisado, e apêndices que permitirão aos leitores verificar em detalhes vários dos resultados, análises e conclusões da pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Após a descrição do fenômeno de estudo, a justificativa, objetivos e delimitação da pesquisa na seção anterior, esta seção apresenta e discute os principais conceitos que embasam o estudo proposto: corporação, responsabilidade social corporativa, racionalidade substantiva e racionalidade instrumental. Nesta seção também será apresentada a descrição da relação do problema de pesquisa com o marco teórico, a especificação da relação do problema com pesquisas anteriores e a apresentação de questões passíveis de estudo dentro dos limites do marco teórico.

2.1. Conceito de Corporação

Quando se menciona corporação, como ator da responsabilidade social corporativa, fala-se da instituição, que conforme Chandler (1992, p. 86) “permite que uma empresa seja maior que a soma de suas partes”. A corporação tem vida própria e está acima e além daqueles indivíduos que a criaram ou que com ela estão envolvidos. Esta especificação é importante pois em muitas empresas a organização se confunde com seus proprietários e/ou fundadores, ou mesmo seus empregados e associados (cooperativas). Neste segundo tipo de corporação é muito comum que as crenças e idéias dos proprietários influam de forma decisiva na estratégia organizacional.

Então a responsabilidade social estudada nesta pesquisa não é a dos donos das empresas. É a responsabilidade da corporação, a companhia limitada, com ações ao portador. A palavra companhia ou corporação utilizada neste trabalho é empregada primordialmente para significar as sociedades anônimas que emitem ações e outros papéis negociáveis no mercado de títulos.²

Os tipos de empresas são:

a. Sociedade Limitada - É o tipo de sociedade mais comum adotada pelas pequenas empresas. Conta com responsabilidade limitada dos sócios - restrita ao valor de suas quotas -, e é de constituição mais simples.

b. Sociedade em Nome Coletivo - deve ser constituída somente por pessoas físicas, sendo que todos os sócios respondem solidária e ilimitadamente pelas obrigações sociais.

c. Sociedade em Comandita Simples - possui dois tipos de sócios, sendo comanditados: pessoas físicas, responsáveis solidária e ilimitadamente pelas obrigações sociais; e os comanditários, obrigados somente pelo valor de sua quota.

d. Sociedade Anônima - tem o capital dividido em ações, e a responsabilidade dos sócios ou acionistas será limitada ao preço de emissão das ações subscritas ou adquiridas.

e. Sociedade em Comandita por Ações - tem o capital dividido em ações, regendo-se pelas normas relativas às sociedades anônimas. A pessoa jurídica não se confunde com as pessoas físicas dos proprietários. A empresa tem direitos e obrigações e tudo que for praticado em seu nome, é ela quem responde perante a lei. Entretanto, o juiz pode decidir que os efeitos de certos atos sejam estendidos aos bens particulares dos sócios.

f. Sem fins lucrativos: organizações onde toda a receita é revertida para as atividades que mantém.

Fonte: SEBRAE, 2009. Quais os Tipos de Empresas que Existem? Disponível em www.sebraesp.com.br, Acessado em 14/10/2009.

Segundo Micklethwait e Wooldridge (2003, p. 15) as corporações têm uma história extraordinária. Tendo, muitas vezes, começado como instituições caritativas patrocinadas pelo Estado, espalharam-se por todos os campos, reconfigurando a geografia, a maneira de fazer a guerra, as artes e até mesmo a língua. As corporações se mostraram imensamente poderosas não apenas por haverem aperfeiçoado a produtividade, mas sim por possuírem a maior parte dos mesmos direitos jurídicos dos seres humanos sem as desvantagens decorrentes da biologia, como, por exemplo, a morte necessária. Ou seja, “as corporações mudaram a maneira como a sociedade se estrutura, como as pessoas vivem e se relacionam, como os negócios são feitos e mesmo, como se governa o mundo. Trouxeram soluções novas e novos problemas para a sociedade” (MICKLETHWAIT e WOOLDRIDGE, 2003, p. 15).

Micklethwait e Wooldridge (2003) mostram que as corporações assumiram um papel mais importante que muitas das outras grandes instituições humanas, muitas vezes maior que Família, Religião e Governos no cotidiano das pessoas, até mesmo moldando seu comportamento e influenciando suas vidas dentro e fora do mundo organizacional.

Segundo os autores, durante a era de ouro da Revolução Industrial na Inglaterra as companhias reuniam três características, que persistem, e explicam bastante a idéia de responsabilidade social corporativa separada daquela de seus proprietários, como se pretendeu analisar na pesquisa que originou esta dissertação: a corporação podia ser uma “pessoa artificial” com a mesma capacidade de fazer negócios de uma pessoa real; tinha capacidade de emitir qualquer quantidade de ações negociáveis, para tantos investidores quantos desejasse; e a responsabilidade desses investidores podia ser limitada — e assim somente poderiam perder o dinheiro que tivessem investido na firma — (MICKLETHWAIT e WOOLDRIDGE, 2003, p. 18). Desta maneira a organização pareceu adquirir vida própria, mudando rapidamente sem que os governos pudessem facilmente controlá-la.

Conforme Sampson (1996, p. 219) “As coisas mudaram muito desde o tempo em que a palavra companhia significava, como sua etimologia sugere, uma comunidade de interesses, uma sociedade mutuamente benéfica de empregadores, empregados e investidores.” As corporações se tornaram máquinas azeitadas de produção, cujo objetivo preponderante era o lucro, o retorno aos acionistas.

A palavra corporação vem do latim ‘*corpus*’, que significa corpo, ou um corpo de pessoas. Segundo Khanna (2005), entidades que conduziam negócios e eram sujeitos de direitos legais foram encontradas na antiga Roma e no Império Maurya na antiga Índia.

Já para William Blackstone, jurista do século XVIII, citado por Micklethwait e Wooldridge (2003, p. 31), os Romanos são os responsáveis por criar alguns dos conceitos fundamentais da legislação sobre empresas, especialmente a idéia de que uma associação de pessoas pode ter identidade coletiva diversa da de seus componentes humanos.

Corroborando com isso o estudo de Krakman et al (2004) que apresenta que a característica definidora de uma corporação é sua independência legal das pessoas que a criaram. Os autores acrescentam que a despeito de não serem pessoas naturais, as corporações são reconhecidas pela lei como tendo direitos e responsabilidades como pessoas reais. Corporações podem exercer direitos humanos contra indivíduos reais e o estado, e elas podem ser responsáveis por violações dos direitos humanos. Corporações podem nascer e morrer e podem até mesmo serem condenadas por crimes como fraude e homicídio (BLUMBERG, 1993, p. 39).

Segundo Krakman et al (2004, p. 187) as corporações têm cinco características comuns:

1. *Administração delegada: o controle da companhia está colocado nas mãos de um quadro de diretores;*
2. *Responsabilidade limitada de seus acionistas (de maneira que quando a companhia vai à falência e torna-se insolvente, eles somente devem o valor que subscreveram em ações);*
3. *Propriedade de investidores (os acionistas);*
4. *Personalidade legal separada, dando à corporação o direito de processar e ser processada em seu próprio nome;*
5. *Ações transferíveis (usualmente listadas em bolsas de valores, como as de Londres, Nova Iorque e São Paulo).*

Constata-se a emergência da corporação como ser separado de seus proprietários e, portanto, capaz de ser de fato sujeito de responsabilidades, como, neste caso a social. Neste sentido, há o reforço de Scherer e Palazzo (2008, p. 28) de que tratar as corporações como indivíduos, como objeto e não sujeito traz profundos problemas empíricos e normativos. As corporações são de fato sujeito de suas ações. Quando alguém revisa as atividades das corporações de negócio torna-se claro que enquanto elas podem ser “objetos da lei (*de jure*), elas estão, de fato, operando quais sujeitos (*de facto*)” (SCHERER E PALAZZO, 2008, p. 28). Corporações são agora parte do processo de governança das empresas, entidades com

deveres e direitos. Segundo Leal e Camuri (2008, p. 61) governança é o meio pelo qual os acionistas administram uma empresa ou organização, sendo entendida como “protetora dos direitos das partes envolvidos no jogo”. Para Muniz e Minow (2004, p. 103):

“A Governança corporativa trata do conjunto de leis e regulamentos que visam: a) assegurar os direitos dos acionistas das empresas, controladores ou minoritários; b) disponibilizar informações que permitam aos acionistas acompanhar decisões empresariais impactantes, avaliando o quanto elas interferem em seus direitos; c) possibilitar aos diferentes públicos alcançados pelos atos da empresa o emprego de instrumentos que assegurem a observância de seus direitos; d) promover a interação dos acionistas, dos conselhos de administração, e da direção executiva das empresas.”

Um fato histórico que contribuiu para acentuar ainda mais a separação entre proprietários e a corporação foi a ‘gerência profissional’. A pesquisa de Micklethwait e Wooldridge (2003) demonstra isso quando atesta que, nas duas primeiras décadas do século XX, iniciou-se uma conquista silenciosa: a separação gradual entre a propriedade e o controle. Embora os proprietários conservassem o domínio sobre as grandes decisões estratégicas, não podiam controlar pessoalmente todos os detalhes de seus impérios de negócios. Aos poucos até mesmo as decisões estratégicas passaram a ser tomadas por dirigentes profissionais, em grande parte devido à competência técnica que demonstraram na condução dos negócios. Novas emissões de ações dispersavam a propriedade, deixando ainda mais livre o ‘homem da companhia’ (MICKLETHWAIT e WOOLDRIDGE, 2003, p. 147). Conseqüentemente podemos concluir que mais e mais independentes da vontade de seus donos, tornavam-se as corporações, incrementando o processo de separação entre ideais e crenças e estratégia corporativa.

Aos poucos as corporações foram tomando conta da vida das pessoas, atesta Sampson (1996). Muitas empresas estendiam “seus braços até a clubes e campos de esporte, e penetravam nos bairros para onde convergiam as pessoas da mesma companhia” (SAMPSON, 1996, p. 309). As corporações passaram a instituir calendários próprios para as grandes comemorações sociais, criaram uma base cultural que se sobrepôs à base cultural herdada historicamente, substituindo na vida das pessoas os laços criados pela história, família, religião etc. (SAMPSON, 1996, p. 309). Ou seja, as corporações foram tomando todos os espaços das pessoas, fazendo cada vez mais parte de suas vidas e tornando-as cada vez mais suas dependentes, física e mentalmente.

Mas é claro que esta evolução toda não ficou impune. Segundo Sampson (1996, p. 363) o mundo corporativo voltou ao século XIX, com sua onipresença na inteira vida da

sociedade, mas com muito menos apoio das igrejas ou das famílias extensas que proporcionavam alguma espécie de rede de segurança social nos tempos vitorianos. “O dinamismo industrial foi conseguido à custa da estabilidade social” (SAMPSON, 1996, p. 363) Os abusos de poder reavivaram a incerteza sobre a legitimidade básica da sociedade anônima (SAMPSON, 1996, p. 370). Segundo Sampson (1996, p. 371) a perda da responsabilidade foi um problema recorrente à medida que as empresas se tornavam maiores e os diretores mais ‘remotos’, mais distantes das consequências boas e ruins das decisões da corporação. As decisões levavam cada vez mais em conta apenas os aspectos estratégicos das corporações e cada vez menos aspectos morais ou éticos, sendo que a sobrevivência ou a vitória, cada vez mais, se sobrepunham a quaisquer outros preceitos norteadores do bom convívio social.

Este distanciamento dos proprietários e posteriormente dos gerentes profissionais, conforme retratado aqui, contribuiu definitivamente para solidificar a idéia da corporação como um ente separado daqueles responsáveis por ela, dando-lhe assim o poder de assumir direitos e responsabilidades. Consolidava-se assim a noção de entes separados e, portanto, com intenções e ações separadas no tocante aos direitos e obrigações de cada um, mesmo que por vezes tais diferenças fossem assimétricas.

Então, quando se aborda a responsabilidade social corporativa não se inclui, nesta dissertação, aquela de seus proprietários, ou mesmo de seus gerentes. Trata-se a organização como ente capaz de *jure* e de *facto* de exercer direitos e responder por seus atos. Ou seja, não se confunde na análise as intenções e/ou ações dos proprietários e gerentes das corporações com as intenções e/ou ações das corporações.

Enfatiza-se, portanto, que a responsabilidade social considerada aqui, ou mesmo a análise dos tipos de racionalidade presentes não se confunde com aquelas que existem, ou podem existir, no ideário, ideologia ou crenças das pessoas que possuem, dirigem, trabalham ou influenciam as organizações, mesmo considerando que o conjunto destas variáveis tem razoável poder de estabelecer ou mudar as estratégias corporativas. As corporações são consideradas então como plenamente capazes de 'pensar' seus objetivos, em termos de responsabilidade social corporativa, dentre outros, em separado daqueles que a compõem e podem, inclusive, tomar decisões completamente assimétricas em relação aos desejos, crenças e idéias dos indivíduos que a possuem, dirigem ou trabalham nela.

2.2. Conceitos de Responsabilidade social corporativa

Entender as origens de determinadas abordagens à responsabilidade social corporativa remonta às idéias de Adam Smith de que numa economia de mercado, apesar da inexistência de uma entidade coordenadora do interesse comunal, a interação dos indivíduos parece resultar numa determinada ordem, como se houvesse uma ‘mão invisível’(SMITH, 1983 p. 378) que os orientasse:

“(...) já que cada indivíduo procura, na medida do possível, empregar o seu capital em fomentar a atividade (...) e dirigir de tal maneira essa atividade que seu produto tenha o máximo valor possível, cada indivíduo necessariamente se esforça por aumentar ao máximo possível a renda anual da sociedade. Geralmente, na realidade, ele não tenciona promover o interesse público nem sabe até que ponto o está promovendo (...) [Ao empregar o seu capital] ele tem em vista apenas sua própria segurança; ao orientar sua atividade de tal maneira que sua produção possa ser de maior valor, visa apenas o seu próprio ganho e, neste, como em muitos outros casos, é levado como que por uma mão invisível a promover um objetivo que não fazia parte de suas intenções. Aliás, nem sempre é pior para a sociedade que esse objetivo não faça parte das intenções do indivíduo. Ao perseguir seus próprios objetivos, o indivíduo muitas vezes promove o interesse da sociedade muito mais eficazmente do que quando tenciona realmente promovê-lo.” (SMITH, 1983, p. 379).

Na mesma linha de Smith, de que as empresas ao perseguirem seus objetivos promovem o melhor interesse da sociedade, Friedman (2002, p. 135) afirma que a empresa é responsável somente perante seus acionistas. Ele afirma que a “missão básica da empresa é produzir bens e serviços com lucro, e, ao fazer isso, ela dá sua contribuição máxima à sociedade e, na verdade, está sendo socialmente responsável”. Ou seja, a empresa socialmente responsável é aquela que gera lucros e aumenta o retorno dos investimentos aos acionistas, que são considerados o alicerce da empresa e, assim como os fornecedores, têm seu interesse voltado aos lucros gerados por meio de uma administração eficiente.

É claro que os cientistas sociais acima não contemplaram a dimensão subjetiva dentro das organizações, que na visão dos institucionalistas, é essencial para a compreensão do binômio organização-ambiente (SCOTT, 1987, P. 435). Esta subjetividade muitas vezes impede a tomada de ações substantivas, posto que muitas vezes é a racionalidade instrumental que impera (RAMOS, 1981).

Meyer e Rowan (1977) acreditam que as organizações funcionam por meio da apropriação de orientações predefinidas e racionalizadas na sociedade, que contribuem para a legitimação de suas atividades e para a sua sobrevivência, independentemente da eficiência e da demanda de sua produção.

Scherer e Palazzo (2007), em pesquisa empírica, identificaram cinco importantes abordagens à responsabilidade social corporativa - RSC nas iniciativas empresariais (*vide Quadro 2*), nomeadas por eles de Positivista, Pós-positivista, Pós-moderna, Habermasiana Fase 1 e Habermasiana Fase 2. Esta abordagem de Scherer e Palazzo foi utilizada como guia do que tem sido pesquisado e escrito sobre responsabilidade social corporativa até a presente data.

Por Positivismo, primeira abordagem, Scherer e Palazzo (2007, p. 1096) entendem um paradigma que tenta descobrir correlações e relacionamentos causais no mundo social usando métodos empíricos da ciência natural. Os estudos nesta abordagem pregam que as empresas não devem se preocupar com a responsabilidade social e sim, com seus afazeres, ou seja, devem se concentrar nos negócios: com isso todos saem, naturalmente, beneficiados no longo prazo.

Os autores argumentam que a estrutura positivista leva a uma interpretação instrumental da responsabilidade social que se ajusta à Teoria Econômica da Firma (ou Agência), conforme exposto acima. Eles argumentam que a responsabilidade social positivista não provê um fundo moral para o tema da responsabilidade social corporativa.

Margolis e Walsh (2003) denominam este ponto de vista como contratual, ou seja, a vinculação das atividades da empresa, exclusivamente, ou prioritariamente, às suas obrigações legais. Os dois enumeram três argumentos, nos quais essa linha se baseia, para as empresas restringirem sua atuação em questões sociais:

- ❖ *“Não é possível obter eficiência máxima em mais de uma dimensão (teoria da agência)³, ou seja, ao mesmo tempo no lado empresarial e no lado social. O longo termo é a maneira mais eficaz de se gerar valor e bem-estar social;*
- ❖ *O problema social existe, mas o responsável por esta área é o governo; este é o ponto em que mais se aplica o pensamento de Friedman;*
- ❖ *O mercado, ou a mão invisível, é o elemento que julga a melhor utilização dos recursos da empresa. Caso os gastos sociais estejam sendo percebidos como má alocação dos recursos, os investidores podem inibir suas aplicações na empresa.”*

³ Teoria econômica utilizada para analisar as relações da delegação de autoridade para o caso da contratação de um agente. Foi formalizada no artigo seminal de Jensen e Meckling (1976). Os autores definem o relacionamento de agência como "um contrato no qual uma ou mais pessoas - o principal - engajam outra pessoa - o agente - para desempenhar alguma tarefa em seu favor, envolvendo a delegação de autoridade para a tomada de decisão pelo agente". Dessa forma, se ambas as partes agem tendo em vista a maximização de suas utilidades pessoais, a Teoria de Agência afirma que existe uma boa razão para acreditar que o agente não agirá sempre no melhor interesse do principal. **JENSEN, M.C. MECKLING, W.H.** (1976), "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics* 3:305–360.

Resumindo: para esses pensadores a responsabilidade social emergiria como um produto natural da ação empresarial, não necessitando do surgimento, proposital ou não, de uma instituição que guiasse suas ações.

Todavia, conforme Gomes e Moretti (2007, p. 158) a evolução dos acontecimentos tornou a linha tradicional difícil de ser defendida. Embora se tenha conhecimento de que o direito de propriedade é garantido por lei – o que inclui os direitos dos acionistas (principais stakeholders) – “não participar da agenda positiva é uma posição contrária à tendência do movimento global e deve ser pesada com muito cuidado”. Ou seja, mesmo considerando que no longo prazo os resultados econômicos favoráveis das empresas possam resultar no bem comum, esta não é mais uma opção para as empresas. Seus próprios resultados positivos estariam atrelados, agora, a esta agenda positiva, que apregoa que as empresas devem ter uma responsabilidade social destacada de suas operações costumeiras.

Scherer e Palazzo (2007) sugerem, contudo, que algumas concepções de responsabilidade social corporativa - RSC enfatizam as fundações normativas do comportamento empresarial responsável e desenvolvem uma visão crítica da teoria do positivismo. Eles definem esta corrente como RSC Normativa e a antepõem à corrente Positiva como Pós-Positivista, constituindo a segunda abordagem tratada pelos autores.

A ética nos negócios evoluiu conforme a dinâmica que impulsionava as mudanças na relação da sociedade e as empresas. Segundo Gomes e Moretti (2007, p. 161) a ética empresarial iniciou-se na década de 1960, juntamente com os movimentos da sociedade civil, como já vimos, como uma abordagem puramente normativa, assemelhando o comportamento da empresa a um agente moral.

Foi nesta década que surgiu o *Defense Industry Initiative on Business Ethics and Conduct* (DII), por iniciativa de um grupo de empreiteiros que trabalhava para o Departamento de Defesa dos Estados Unidos (GOMES e MORETTI, 2007, p. 161). Tal movimento culminou com a criação da *Federal Sentencing Guidelines for Organizations*, aprovado pelo Congresso daquele país (FERREL et al, 2001 apud GOMES e MORETTI, 2007, p. 161).

Quadro 2 - Abordagens à Responsabilidade social corporativa

Características	RSC Positivista	RSC Pós-Positivista	RSC Pós-Moderna	RSC Habermasiana (1)	RSC Habermasiana (2)
Fundação	Empírica	Filosófica	Limites culturais e históricos (discursiva).	Filosófica (discursiva)	Democrática
Ideologia	Econômica/instrumental	Fundacionalista	Relativista	Utópica	Pragmática
Principais conceitos	Desempenho social	Caráter, virtude dever, contrato social, hipernormas e integridade.	Discurso (poder)	Discurso (ideal) Situacional.	Deliberação pública.
Modo de coordenação na sociedade	Contrato privado e submissão legal.	Contrato social e conformidade com regras morais.	Discurso e poder.	Discurso e consenso.	Manifestação política, mercado e rotina administrativa.
Papel da corporação	Ator econômico, corporação oportunista.	Ator social e economicamente responsável.	‘Garotos-maus’ versus a corporação mutante.	“garotos maus têm que mudar para altruístas utópicos.	Ator político e econômico.
Papel do mercado	Tomado por óbvio.	Suporte crítico.	Foco crítico	subestimado	Politicamente envolvido.
Papel do poder	Dominante	Disciplinado por regras morais e integridade pessoal.	Foco crítico mas considerado inevitável.	Disciplinado pelo discurso ideal.	Disciplinado pelas instituições democráticas.
Papel da legitimização	Marginalizada	Conformidade com as normas de moral existentes.	Legitimação positiva não é possível.	Legitimação filosófica.	Legitimação democrática.
Relação com a racionalidade econômica	Dominância da racionalidade econômica.	Suporte crítico	Crítica	Crítica e antagonista	Domesticação da racionalidade econômica.
Mensagem para os empresários	Cumprir a lei e responder somente aos mais poderosos stakeholders.	Cumprir com normas éticas e desenvolver a integridade pessoal.	Parar com a manipulação e exploração e adaptar a cultura local.	Engajar em discurso de ideal	Engajar em discurso político.
Principais autores	Hempel, Nagel, Popper	Aristóteles, Gauthier, Hobbes, Kant, Rawls (até anos 1980).	Derrida, Foulcaut, Lyotard, Bourdieu, Marcuse.	Habermas (1960 a 1980)	Habermas, (1990 em diante) Dewey, Rawls, (1990 em diante), Rorty.
Teorias de administração relacionadas	CSP, Casos de negócio, RSC, Teoria do Stakeholder.	Ética dos negócios, Teoria Normativa do Stakeholder, Teoria do Contrato Social.	Teoria da Organização pós-moderna/pós-colonial, Estudos Críticos da administração.	Pesquisa estratégica crítica, estudos críticos da administração.	RSC política, cidadania corporativa.
Autores da administração	Carrol, Jones, Wood, Hayek	Bowie, Donaldson, Dunfee, Freeman, Philips, Solomon.	Banerjee, Boje, Calas, Smircich	Alvesson, Deetz, Grimes, Steffy, Willmott	Não desenvolvida ainda, limitada a análise prescritiva.

Fonte: Adaptado de Scherer e Palazzo (2007, p. 1113).

Esta corrente de pensamento, em seu esforço de se opor à corrente anterior, buscou apoiar-se na concepção de que as organizações atuam em ambiente formado por vários ambientes que, por sua vez, comportam públicos diversos (conceito mais abrangente de stakeholders e não somente os mais importantes stakeholders como na corrente anterior), que embora contratual também (GOMES e MORETTI, 2007, p. 163) considera a base destes contratos como uma obrigação moral da empresa para com seus diversos públicos de interesse.

Iniciava-se assim a busca de equilíbrio entre os diversos atores do setor institucional, buscando agradar alguns, ou quando não, evitar desagradar alguns. Segundo Freeman (2003, p. 1335):

“A teoria do stakeholder geralmente é justaposta à teoria do acionista: a visão de que os administradores têm uma obrigação fiduciária de agir segundo os interesses dos acionistas. A justaposição das teorias tem um toque irônico, que sinaliza que as empresas provavelmente têm obrigações mais abrangentes do que aquelas supostas pela teoria econômica tradicional”.

Segundo Gomes e Moretti (2007, p. 163) esta é a abordagem preferida pois propõe conciliar o *triple bottom line*, sem alterar os fundamentos do sistema econômico em curso, fornecendo ferramentas de gestão bastante apropriadas e, em segundo lugar, por concentrar o foco, os fundamentos operacionais da questão, em lugar dos aspectos cruciais das origens dos problemas que buscam resolver.

Carrol (1999) unifica os vários campos por meio de uma proposta híbrida. Em seu trabalho a questão pode ser enquadrada em um modelo formado por uma pirâmide, contendo quatro prioridades hierarquizadas. Na base encontra-se a responsabilidade econômica (ser lucrativo), em seguida a responsabilidade legal (seguir a lei), depois a responsabilidade ética (fazer o justo), e, finalizando, a responsabilidade filantrópica (melhorar a qualidade de vida da comunidade). Esta visão, segundo Gomes e Moretti (2007, p. 164) é outra maneira de falar que a responsabilidade social corporativa é uma oportunidade de negócio, o que a aproxima da visão tradicional.

Wood (1991) fez uma síntese dos modelos anteriores, deixando explícita a relação da responsabilidade social corporativa com os resultados. O modelo proposto por ela considera três princípios:

- **Responsabilidade social corporativa**, contendo os quatro domínios de Carrol (econômico, legal, ético e discricionário), porém operando em três níveis: institucional (legitimidade social), organizacional (responsabilidade pública) e individual (responsabilidade gerencial);
- **Responsividade** às questões ambientais, públicos interessados e gerenciamento social;
- **Comportamento** e desempenho da organização nas questões sociais.

Jones (1999) considera essa linha de pensamento, ainda, dentro do entorno da função institucional comercial da empresa, deixando, ao governo e às instituições da sociedade civil, o papel das ações fora do âmbito dos negócios, como já exposto anteriormente. Sua visão é a de que os autores dessa linha apresentam três tipos de atuação possível para as empresas :

- a) oportunidades de mercado, antecipando-se aos movimentos sociais;
- b) oportunidades de marketing, melhorando e reforçando a imagem;
- c) postura proativa frente a alterações na legislação, antecipando-se a movimentos legais.

A terceira corrente de pensamento em responsabilidade social corporativa apresentada por Scherer e Palazzo (2007, p. 1097), chamada por eles de Pós-moderna, se concentra em uma crítica das estruturas sociais estabelecidas. Os estudiosos desta corrente se mostram muito pessimistas quanto à idéia de definir e aplicar critérios éticos de maneira isenta nas atividades humanas, sugerindo que é “impossível excluir o poder das relações sociais” (Lyotard, apud SCHERER e PALAZZO, 2007, p. 1097).

A Responsabilidade social corporativa para estes autores simplesmente não existe, por não ser da natureza das organizações. Por exemplo Bourdieu (2000), a partir da análise dos sistemas simbólicos, estabelece o conceito de poder simbólico. Para o autor, os sistemas simbólicos (arte, religião, língua, etc.) são instrumentos de conhecimento e de construção do mundo dos objetos, como formas simbólicas, atribuindo-lhes um significado comum. Por outro lado, para que possuam essa capacidade estruturante, os sistemas simbólicos necessitam também de uma estrutura, ou seja, também são estruturados. Para estes autores a responsabilidade social corporativa é uma dessas estruturas, que representam um símbolo no contexto de poder a ser exercido pelas organizações.

E esse poder, ao ser capturado por um determinado grupo social para manter a sua dominação sobre outro, assume uma função política, o que caracteriza o poder simbólico. Conforme explica Bourdieu (2000):

“É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre a outra (violência simbólica) dando reforço da sua própria força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber para a domesticação dos dominados. As diferentes classes e frações de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses.”

Pagés (1987) explica o poder exercido pelas organizações por meio das relações inconscientes que ocorrem entre estas e o indivíduo. Pagés percebe a organização como um conjunto dinâmico de respostas a contradições. Em outras palavras, a capacidade de uma organização levar pessoas a produzirem reside no fato de ela ser um ente capaz de oferecer respostas a contradições que se iniciam no sistema sócio-político e acabam por se interiorizar no inconsciente do indivíduo.

Esse deslocamento das contradições, do exterior para o interior, ocorre em dois momentos (PAGÉS, 1987): num primeiro momento, as contradições advindas do sistema social, próprias do modo de produção capitalista, que conforme Marx resultaria num conflito de classes, são absorvidas pela organização e transformadas em contradições internas a ela, e que se materializam nos conflitos existentes na sua própria política de atuação – coexistência de coerção e vantagens. Em um segundo momento, as contradições da organização são absorvidas pelo indivíduo, sendo introduzidas no seu inconsciente por meio do processo de identificação dele com a organização a que pertence. A relação coerção-vantagens se transforma na relação angústia-prazer, o que faz dos indivíduos, escravos da organização, porque esta oferece uma solução para seus conflitos.

Para Pagés (1987) o processo de transformação das contradições se apóia em três processos fundamentais:

- a. **Mediação:** ocorre quando a organização consegue conciliar as restrições com as vantagens oferecidas aos indivíduos. O conflito entre classes é transformado em conflito interno à organização, que oferece, desde já, vantagens, como solução.
- b. **Introjeção:** o indivíduo, ao ser submetido a estímulos contraditórios, absorve tais contradições, desenvolvendo uma relação de amor e ódio com a empresa.

- c. **Consolidação ideológica:** o indivíduo encontra na ideologia produzida pela empresa um amparo para seu conflito psicológico, permanecendo preso a ele, o que impede a ocorrência do conflito externo.

Assim, a mediação surge como o principal aspecto do que Pagés (1987) denominou de organizações hipermodernas, ou seja, aquelas que cada vez mais desenvolvem sua capacidade de intermediação, colocando-se como meio para que o Indivíduo atinja seus fins, sem sofrer com eventuais contradições que possa haver entre eles e os fins coletivos, ou sociais. Os conflitos, neste tipo de organização, são antecipados antes que se transformem em conflitos coletivos. A mediação pode ocorrer no nível econômico, com recompensas materiais, aceitação de diferenças e possibilidades de crescimento; no nível político, pelas técnicas de administração à distância; no nível ideológico, por meio da produção de uma ideologia dominante; e no nível psicológico, por meio do surgimento da relação prazer-angústia.

Para estes autores, pode-se inferir então, a responsabilidade social corporativa seria um mecanismo dirimidor de conflitos (ou antecipador) posto que cria para os indivíduos a mediação entre seus desejos de beneficiar a sociedade como um todo e a necessidade de se tornar competitivo num mundo cada vez mais exigente. Então a responsabilidade social corporativa não é responsabilidade social em si, mas outro mecanismo de dominação e de introjeção dos valores organizacionais nas mentes dos empregados e mecanismo de eliminação do conflito externo, que poderia trazer maiores prejuízos às organizações.

Nesta abordagem à responsabilidade social corporativa explica-se o conceito como mecanismo que permite aos empregados dedicar-se ferozmente aos objetivos de lucro e sobrevivência da organização, não importando os meios, uma vez que a organização propicia à sociedade mecanismos de compensação de sua atuação nociva, por meio de ações de filantropia, proteção ao meio-ambiente, educação, sustentabilidade e outras práticas ligadas à responsabilidade social corporativa.

A quarta e quinta correntes de pensamento sobre responsabilidade social corporativa apresentadas por Scherer e Palazzo (2007, p. 1098-9) desenvolvem uma abordagem discursiva alternativa inspirada na filosofia Habermasiana. De acordo com Scherer e Palazzo, embora os primeiros trabalhos de Habermas entre os anos 1960 e 1970 tenham sido muito influentes na teoria crítica das organizações, fundamentando uma corrente de pesquisa sobre responsabilidade social corporativa, seus trabalhos mais recentes sobre teoria política não

foram refletidos na literatura de administração. No seu artigo, eles procuram aplicar as ideias mais recentes de Habermas à questão da responsabilidade social corporativa. Argumentam que a corrente Habermasiana, quarta abordagem, baseada em trabalhos anteriores à década de 1980, não reconhece suficientemente as restrições econômicas a que os tomadores de decisão nas empresas estão expostos, subestimando as implicações de lucrar nas sociedades de mercado e levando a concepções utópicas da coordenação das atividades de negócio.

Na quinta abordagem identificada por eles, também chamada Habermasiana, (pós anos 1970) Scherer e Palazzo (2007, p. 1099) mostram que os pensamentos mais recentes de Habermas permitiriam uma nova abordagem à responsabilidade social corporativa, pois envolveriam uma conceitualização política muito mais abrangente da responsabilidade social corporativa. Em seu trabalho pós-1970, Habermas propõe uma concepção de “democracia deliberativa” na qual ambas as formas de coordenação da ação organizacional — discurso ético e barganha econômica — são levadas em consideração.

Esta última abordagem, favorecida por Scherer e Palazzo (2007), não visa ser uma alternativa utópica ou revolucionária para as sociedades de mercado liberais e, sim, buscar restabelecer uma ordem política onde a racionalidade econômica estaria circunscrita por instituições e procedimentos democráticos.

A última abordagem de Scherer e Palazzo em sua pesquisa, merece um maior detalhamento neste trabalho posto que se aproxima muito das idéias de Racionalidade Substantiva e Racionalidade Instrumental a serem introduzidas na próxima seção.

Os estudos de Habermas nesta área começam por seu questionamento sobre se uma teoria da sociedade poderia ser baseada em uma teoria da linguagem, que depois ele substitui por uma “Teoria da Comunicação”, no que tem grande consonância com Eric Voegelin, que também será brevemente discutido neste trabalho (Habermas, 1984, p. 125). Em ‘Teoria do Agir Comunicativo’ percebe-se uma ruptura com o modelo de filosofia da história que tinha caracterizado até o momento a tentativa de Habermas de dar vida a uma teoria crítica da sociedade. A teoria da ação comunicativa pode ser enxergada como uma ampla teoria sobre o valor da comunicação e do consenso como base de relações sociais mais transparentes, mais racionais e mais justas, e é em cima de tais idéias que se desenvolve toda uma abordagem nova à responsabilidade social corporativa.

Segundo Ramos (1981, p. 10) a noção de racionalidade é soberana nos trabalhos de Habermas. Seu interesse primordial é a construção de uma teoria crítica da sociedade, como instrumento para estabelecer o primado da conduta racional na vida social. Ao contrário de Weber, Habermas não suspende os padrões éticos quando se volta para o tema da racionalidade nas sociedades modernas. Habermas começa assim a antepor a racionalidade pura e simples a uma racionalidade superior, em sua concepção, que será mais bem explicada à frente nesta dissertação.

O desafio passou a ser encontrar novas formações da vontade democrática, especialmente sob as condições da globalização, que não somente domesticou as pressões econômicas por controle democrático, mas foi além da governança das nações-estado para integrar o novo papel dos negócios como uma parte legítima destas instituições e processos (SCHERER; PALAZZO, 2007, p. 1098).

A obra de Habermas, que vem influenciando a pesquisa internacional sobre responsabilidade social corporativa, conforme um apanhado de seus livros mais recentes, poderia dividir-se principalmente nas seguintes idéias (PINZANI, 2009):

1. *A restauração do conceito de um interesse racional, que embora implícito no pensamento político grego, passou a ser tema central dos sistemas filosóficos dos idealistas alemães;*
2. *Reexame das opiniões históricas de Marx e, especialmente, de sua premissa de que uma sociedade racional iria resultar, necessariamente, do desenvolvimento da produção;*
3. *Investigação das consequências políticas e psicológicas do domínio da racionalidade instrumental sobre as sociedades atuais;*
4. *A padronização da comunicação como ponto central de uma teoria social integrativa crítica. Inclina-se ele por uma espécie de crítica integrativa.*

Habermas (1984, p. 198) salienta que na filosofia transcendental de Kant “já aparece o conceito de um interesse da razão”. Segundo Ramos (1981, p. 11) a razão pura na obra de Kant, tem o interesse prático de vir a encarnar-se na vida social. A razão, continua Guerreiro Ramos, “foi concebida por Kant como sendo dotada de causalidade e, de sua natureza, pode-se induzir a noção de um bem a ser procurado, no domínio da vida pessoal, tanto quanto no da vida social”. Em suma, embora o trabalho de Habermas sobre racionalidade venha a ser mais bem explorado na próxima seção deste trabalho, pode-se concluir que, analisando Habermas, pode-se chegar a uma conexão entre o tipo de racionalidade utilizada por um agente e o tipo de ação consequente. Na linha seguida, pode-se usar Habermas para embasar uma possível conexão entre racionalidades e ações de responsabilidade social corporativa.

Buscou-se, além da utilização do modelo proposto por Scherer e Palazzo, outras definições que pudessem deixar ainda mais claro o conceito de responsabilidade social utilizado na pesquisa.

Neste sentido outra noção de responsabilidade social que contribui para a compreensão do conceito de responsabilidade social corporativa vem da análise dos dois termos que compõem a expressão. Segundo Vidigal, apud Alessio (2008, p. 65) “responsabilidade é a expressão moral da personalidade consciente e livre. O indivíduo deve assumir os seus atos, reconhecendo-se como autor deles, sejam estes positivos ou negativos”. Trazendo esta explicação para as organizações, pode-se entender que elas são socialmente responsáveis quando tomam ações conscientes que conduzem seus negócios na direção de trazer benefícios, ou malefícios para a sociedade, sendo que se poderia dizer socialmente irresponsáveis, no segundo caso.

Segundo Abbagnano (1998, p. 855) responsabilidade é a “possibilidade de prever os efeitos do próprio comportamento e de corrigi-los com base em tal previsão [...] se pretende dizer que a pessoa em questão inclui nos motivos de seu comportamento a previsão e os possíveis efeitos dela decorrentes”. Novamente, a noção de responsabilidade das empresas pode ser colocada em paralelo a esta definição na medida em que se entende a responsabilidade social como ato previsto, tanto na execução quanto nos resultados.

Para Habermas, é possível fundar uma teoria da sociedade sobre o conceito central de sentido, isto é, conceber tal teoria como ciência interpretativa. Como tal, ela tem como seu objeto não o mero comportamento, mas o agir. O agir é um comportamento intencional, isto é, “um comportamento dirigido por normas ou orientado por regras” (Habermas, 1984, p. 13).

A teoria de Habermas concebe o “processo vital da sociedade como um processo de produção mediado por meio de atos de fala” (Habermas, 1984, p. 14). A realidade social se baseia, portanto, no conhecimento de pretensões de validade contidas em formações simbólicas (enunciados, ações, gestos, tradições, instituições, cosmovisões etc.).

Em Teoria do Agir Comunicativo, Habermas (1984) monta seu argumento sobre quatro proposições centrais:

- I. Tentativa de criar uma teoria de racionalidade — e isto em uma época na qual o relativismo em todas as suas variantes estava triunfando;

- II. A Teoria do Agir Comunicativo propriamente dita, que se baseia em discussões (que ocorreram predominantemente no âmbito lingüístico anglo-saxônico) sobre teorias da ação, da linguagem e da semântica e que procura tornar os resultados de tais debates frutíferos para finalidades socioteóricas;
- III. A dialética da racionalização social que já fora tema central da Dialética do Esclarecimento de Adorno e Horkheimer;
- IV. O quarto motivo é o desenvolvimento de um conceito de sociedade que reúna os dois paradigmas socioteóricos dominantes, a saber, a teoria sistêmica e a teoria da ação.

A Teoria do Agir Comunicativo, conforme mostram Scherer e Palazzo (2007), deu assim bases teóricas e filosóficas para toda uma nova abordagem da responsabilidade social corporativa para estudiosos do tema nos anos recentes, principalmente quando aborda as duas racionalidades introduzidas pelo autor alemão e chamadas por ele de “racionalidade instrumental e racionalidade comunicativa” (HABERMAS, 1984, p. 130), que serão mais bem discutidas no capítulo que aborda a questão das racionalidades.

Segundo Ramos (1981, p. 11) Habermas considerava necessário desenvolver mais a análise da racionalidade, uma vez que a sociedade industrial, em seu atual estágio, era muito diferente daquela que Weber conheceu. Weber pode ter se voltado ao tema como um funcionalista, mas hoje a questão acarreta conotações éticas, que o esforço de Habermas realça consideravelmente. Para Habermas, será apresentado nesta dissertação, há um composto axiológico forte na escolha de um tipo ou outro de racionalidade e, desta escolha podem surgir consequências boas ou ruins para a sociedade. Guerreiro Ramos escreve nesta mesma direção quando fala de uma organização substantiva (RAMOS, 1981).

Esta discussão será mais bem abordada na seção 2.4 desta dissertação, que trará as principais concepções e abordagens sobre os tipos de racionalidade que permeiam a tomada de decisão na vida social e, mais especificamente para os propósitos desta pesquisa, nas organizações. Cumpre salientar que a discussão completa do tema é por demais extensa, sendo que se buscou nesta parte da revisão destacar apenas as discussões que pudessem contribuir para o entendimento do objetivo geral desta pesquisa, desconsiderando, portanto, outras vertentes da discussão, que não são, todavia, menos ricas.

2.4. Conceitos de Racionalidade Instrumental e Substantiva.

Segundo Guerreiro Ramos (1981, p. 2) no período moderno da história intelectual do Ocidente, que começou no século XVII e continua até nossos dias, o significado previamente estabelecido daquelas palavras que constituem uma linguagem teórica fundamental mudou drasticamente, numa direção determinada. Nos trabalhos de Bacon e Hobbes, escrevendo no clima cultural do século XVII é evidente que o “significado do termo ‘razão’ já era peculiar, enquanto refletia um universo semântico sem precedente” (RAMOS, 1981, p. 3).

No sentido antigo, a razão era entendida como "força ativa na psique humana que habilita o indivíduo a distinguir entre o bem e o mal, entre o conhecimento falso e o verdadeiro e, assim ordenar sua vida pessoal e social" (RAMOS, 1981, p. 2-3). Pode-se entender então que é antigo o entendimento de que alguma razão é o que move qualquer empreendimento, mesmo que esta razão não seja compartilhada pelo ambiente. Nos trabalhos de Hobbes, a “razão moderna” é, pela primeira vez, clara e sistematicamente articulada, e até hoje sua influência não desapareceu. Definindo a razão como "uma capacidade que o indivíduo adquire pelo esforço" (HOBBS, 1974, p. 45) e que o habilita a nada mais que fazer o “cálculo utilitário de conseqüências” (HOBBS, 1974, p. 41). Como será demonstrado aqui, na visão de outros autores, a definição de Hobbes, embora útil para os argumentos desta pesquisa, é limitada a um tipo de razão e não à razão como um todo, considerando as multifacetadas da razão, que serão também apresentadas ao longo da dissertação, que muitas vezes não se ligam ao mero cálculo utilitário.

Segundo RAMOS (1981, p. 3) em nossos dias a racionalidade assume conotações antagônicas relativamente aos propósitos fundamentais da existência humana, a antirracionalidade sem qualificação transformou-se numa das teses de alguns que se encaram como humanistas. Para Ramos (1981, p. 3) estes autores se debatem, na realidade, por uma distorção de um conceito-chave da vida individual e coletiva. O autor afirma que esta corrupção do conceito tem levado muitos autores a pensar a racionalidade como meramente utilitária, conforme atesta até mesmo a definição de Hobbes, já citada aqui.

Ao longo deste trabalho, e em especial desta seção, busca-se deixar clara a conceituação de racionalidade utilizada para este trabalho, adotando o modelo criado por Max Weber (2004) como a base de sua compreensão, utilizando as discussões de Ramos (1981),

Mannheim (1940), Horkheimer e Adorno (1972), Habermas (1984) (1991), Voegelin (1961) e Serva (1993) (1997a) (1997b) e (2006).

Max Weber, na concepção de Guerreiro Ramos (1981), merece ser considerado o pai da análise funcional. Ele escreveu muito sobre o mercado como a mais eficiente configuração para o desenvolvimento da capacidade produtiva de uma nação e para a escalada de seu processo de formação de capital. Ele explicava o mercado e sua lógica específica, afirma Ramos (1981, p. 4). Ou seja, embora não fosse economista, Weber tinha uma visão de eficiência econômica da nação e da sociedade que a compunha. Ao longo desta pesquisa percebeu-se que tanto Habermas, quanto Guerreiro Ramos e mais modernamente, Serva, quiseram avançar estes conceitos, porém incluindo mais que a visão de eficiência econômica, ou pelo menos tirando-a do centro da discussão.

Weber (2004) estruturou em sua obra sociológica quatro tipos de racionalidade humana: teórica, formal, prática, e substantiva. Três destes tipos se relacionam diretamente com a ação social. A primeira delas, a racionalidade teórica, envolve mais o consciente domínio da realidade mediante a construção de conceitos abstratos e precisos do que a ação social, embora possa originar padrões de ação, mesmo que de maneira indireta, e por isso não será trabalhada neste trabalho.

Sobre as racionalidades formal e prática é importante transcrever o que Kalberg explica:

“Dois tipos de racionalidade – a prática e a formal – levam à ação social de tipo instrumental. A racionalidade prática parte do cálculo meio-fim baseado nos interesses pragmáticos e egoístas do indivíduo, aceitando as realidades existentes da situação, procurando alcançar determinados fins práticos e calculando a maneira mais conveniente para lidar com as dificuldades presentes” (KALBERG, 1980, p. 1152).

Parece ser essa a racionalidade tratada como instrumental por pensadores como Guerreiro Ramos (1981) e Habermas (1984). A racionalidade formal e a prática, de maneira geral, se relacionam com esferas da vida que se tornaram mais evidentes com a industrialização – especificamente, as esferas econômica, legal e científica – associando-se com a forma burocrática de dominação (KALBERG, 1980, p. 1158). Em contraste com a tendência da racionalidade prática de calcular e resolver problemas rotineiros por padrões de ação calcados no autointeresse pragmático, a racionalidade formal, também construída na base de cálculos meio-fim, se caracteriza pela ação feita na base de referência a regras,

regulamentos e leis impessoais, de aplicação universal e não particular (KALBERG, 1980, p. 1157).

Contrastando com a ação social instrumental calcada em racionalidade de natureza prática ou formal, a ação social baseada em racionalidade substantiva parte de valores, conforme serão definidos logo mais (KALBERG, 1980, p. 1160). Os processos racionalizadores baseados no cálculo meio-fim se enraízam em interesses. Os processos racionalizadores substantivos se enraízam em valores. Segundo Guerreiro Ramos (1981, p.201):

“A racionalidade formal e instrumental — Zweckrationalität — é determinada por uma expectativa de resultados, ou fins calculados. Ou seja, a racionalidade instrumental refere-se ao grau de acurácia com que se atinge fins, estando assim, fundada no cálculo e na relação custo/benefício. A racionalidade substantiva — Wertrationalität — é determinada independentemente de suas expectativas de sucesso e não caracteriza nenhuma ação humana interessada na consecução de um resultado posterior.”

A despeito de sua capacidade comum para conscientemente dominar a realidade, os tipos de racionalidade confrontam realidades heterogêneas de formas diferentes e introduzem regularidades de ação com diferentes graus de efetividade e alcance (KALBERG, 1980, p. 1164). Ainda, segundo o mesmo autor, tanto a racionalidade instrumental quanto a substantiva são capazes de dar origem a padrões de ação e estilos de vida. No entanto, segundo Weber (2004, p. 231) estes estilos de vida divergem amplamente um do outro em caráter metódico e de continuidade. Para o sociólogo alemão a racionalidade substantiva seria superior à instrumental, conforme os efeitos de uma e outra e também a perenidade de tais efeitos no seio da sociedade.

Para Weber (2004, p. 232) a perpetuação de um estilo de vida somente se garante com sua institucionalização dentro de uma ordem legítima, transmitidos por algum *stratum* social estabelecido. Como a maior parte dos padrões de ação e estilos de vida se enraízam em interesses, não conseguem se legitimar como valores, sendo suprimidos quando alguma constelação de interesses antagônicos mais poderosa aparece. Ordem legítima então seria aquela estabelecida com base em uma racionalidade substantiva, depreende-se dos escritos de Weber.

Karl Mannheim estabeleceu uma distinção entre racionalidade substantiva e funcional (MANNHEIM e WIRTH, 2008). Mannheim e Wirth definem racionalidade substantiva como um “ato de pensamento que revela percepções inteligentes das interrelações de

acontecimentos, numa situação determinada” (MANNHEIM e WIRTH, 2008, p. 53) e sugerem que atos desta natureza tornam possível uma vida pessoal orientada por “julgamentos independentes” (MANNHEIM e WIRTH, 2008, p. 58). Essa racionalidade constitui a base da vida humana ética, responsável. Para os dois autores a racionalidade funcional (ou instrumental) diz respeito a qualquer conduta, acontecimento ou objeto, na medida em que este é reconhecido como sendo apenas um meio de atingir uma determinada meta.

Esta definição é muito próxima da definição de Weber, deixando perceber o quanto esse autor influenciou a Mannheim e Wirth. Mannheim e Wirth concluem ainda que a influência limitada da racionalidade funcional sobre a vida humana solapa suas qualificações éticas, ou seja, "toda consideração ética é sobrepujada pelos benefícios advindos dos fins, não importa que meios sejam utilizados para alcançá-los" (MANNHEIM e WIRTH, 2008).

Para Mannheim a racionalidade funcional “tende a despojar o indivíduo médio” (MANNHEIM, 1940, p. 58) de sua capacidade de sadio julgamento. Ele vê um declínio das faculdades de crítica do indivíduo, na proporção do desenvolvimento da industrialização. Sugere, também, que embora a racionalidade funcional tenha existido em sociedades anteriores, estava nelas restrita a esferas limitadas. Na sociedade moderna, porém, tende a abranger a totalidade da vida humana levando os indivíduos a desistir da própria autonomia e “de sua própria interpretação dos eventos, em favor da interpretação alheia” (MANNHEIM, 1940, p. 59).

Nesta obra Mannheim (1940) faz uma indagação sobre a maneira de proteger a vida humana contra a crescente expansão da racionalidade funcional. Mannheim alega que todo aquele que deseje ser coerente com a distinção entre os dois tipos de racionalidade precisa compreender que um alto grau de desenvolvimento técnico e econômico pode corresponder a um baixo desenvolvimento ético, ou seja, como Guerreiro Ramos expõe depois, a racionalidade instrumental, entendida como propiciadora e propiciada pelo desenvolvimento técnico e econômico, leva ao baixo desenvolvimento ético, ficando para a racionalidades substantiva, alvos mais elevados.

A distinção que Mannheim faz não sugere que a racionalidade funcional deve ser abolida do domínio social, afirma Ramos (1981, p. 7). Para Mannheim, afirma Ramos, uma ordem social verdadeira e sadia não pode ser obtida quando o homem médio perde a força psicológica que lhe permite suportar a tensão entre a racionalidade funcional e a substantiva e

por completo se rende às exigências da primeira. Tal situação é agravada quando aqueles que estudam o processo formativo de decisões descaram da tensão existente entre as duas racionalidades. Mediante a abordagem do processo formativo de decisões de um ponto de vista puramente técnico e pragmático aceitam a racionalidade funcional como o padrão fundamental da vida humana (Ramos, 1981, p. 7).

Horkheimer e Adorno (1972) também submetem o conceito de razão de Marx a questionamentos. Para eles, a racionalidade se transformou num instrumento disfarçado de perpetuação da repressão social, em vez de ser sinônimo de razão verdadeira. Ao tentarem estabelecer a razão como uma categoria ética, pretenderam transformá-la num elemento de referência para uma teoria crítica da sociedade. Horkheimer e Adorno recusam o pressuposto de Marx de que a racionalidade é inerente à história, e que o processo da sociedade moderna, por meio da crítica dialética de si mesma, conduziria à Idade da Razão (Ramos, 1981, p. 8). Horkheimer e Adorno (1972) salientam que Marx não percebeu que, na sociedade moderna, as forças produtoras haviam conquistado seu próprio impulso institucional independente, assim subordinando toda a vida humana a metas que nada têm a ver com a emancipação humana (Horkheimer e Adorno (1972, p. 39). Eles também escrevem:

“A redução do pensamento a um aparelho matemático esconde a sanção do mundo como seu próprio instrumento de mensuração. O que parece ser o triunfo da racionalidade, a sujeição da realidade toda ao formalismo lógico, é pago pela obediente submissão da razão ao que é dado diretamente. O que é abandonado é a total reivindicação e abordagem do conhecimento: a compreensão do que é dado como tal... A factibilidade ganha o dia...” (HORKHEIMER e ADORNO, 1972, p. 26-7)

Habermas e Voegelin foram deixados por último nestas considerações por que eles compartilham, além da nacionalidade, referências teóricas muito parecidas. Voegelin (1956) afirma que a sociedade existe na e pela comunicação. Para ele se o objetivo principal da política é a convivência democrática não se pode prescindir de uma perspectiva moral, ou seja, democracia, comunicação e moralidade são três conceitos que se co-implicam. Relacionando, pois, democracia e comunicação em uma única dimensão, Voegelin diz que esta se reveste de três características distintas, que ele especifica como substantivas, pragmáticas e intoxicantes (VOEGELIN, 1956). Analisando esta obra de Voegelin pode-se concluir que a dimensão substantiva é muito próxima da noção de "agir comunicativo" desenvolvida por Habermas e de sua integração ao conceito de racionalidade substantiva, posto que se baseiem no entendimento pela comunicação.

Habermas (1984), em sua “Ética da Ação Comunicativa”, estabelece quatro requisitos básicos para um processo de comunicação saudável: 1) que a mensagem seja inteligível (clara); 2) que seja veraz (confiável); 3) que seja eticamente aceitável; e 4) que brote de um interesse comum. No que Habermas chama de “Agir Comunicativo” percebe-se grande proximidade teórica ao que Voegelin chama de “Comunicação Substantiva”. Claro está que estas duas realidades influem determinantemente e na mesma direção as ações escolhidas como curso.

Nesta linha também são os trabalhos mais modernos de Habermas. A quinta abordagem à responsabilidade social corporativa, conforme apresentado por Scherer e Palazzo (2007), embora não explícito no trabalho desses autores, baseia-se principalmente na interpretação que se dá aos conceitos de racionalidade introduzidos por Habermas, consolidados no livro A Teoria do Agir Comunicativo.

Nesse livro Habermas argumenta que o problema da racionalidade se coloca em três níveis diferentes: “no metateórico (no contexto de uma teoria da ação concebida tendo em vista os aspectos da ação suscetíveis de racionalização), no metodológico (no contexto de uma teoria da compreensão) e no empírico (em relação à questão se e em que sentido a modernização de uma sociedade pode ser descrita do ponto de vista de uma racionalização cultural e social (Habermas, 1984, p. 122).

No primeiro capítulo Habermas se movimenta nos dois primeiros níveis, isto é, no metateórico e no metodológico, a fim de alcançar uma “determinação preliminar do conceito” (HABERMAS, 1984, p. 125). Ao fazer isso, ele parte da distinção entre racionalidade comunicativa e instrumental. Tal distinção representa a base da teoria inteira. Aos dois tipos de racionalidade correspondem duas formas de agir: o agir comunicativo e o agir instrumental. Embora não haja uma correlação exata entre as nomenclaturas de Weber e Habermas, conhecendo uma das bases teóricas do segundo, sabe-se da correlação entre os conceitos dos dois alemães de gerações distintas. Ou seja, podemos associar o agir comunicativo à racionalidade substantiva e o agir instrumental às racionalidades formal e instrumental (funcional).

Para Habermas (1984) o Agir Comunicativo difere-se do Agir Instrumental pelo fato de ser orientado pelo entendimento: sujeitos que agem de maneira comunicativa querem entender-se sobre algo. Em segundo lugar, esse Agir é caracterizado por uma concepção da

linguagem que vê nela um meio para o entendimento: ela pode servir também para outras finalidades e o agente pode visar simplesmente impor uma opinião subjetiva, manipular outros sujeitos ou tratá-los como meios para seus próprios fins (isso é chamado por Habermas de Agir Estratégico) ou alcançar uma determinada meta. O *telos* implícito da racionalidade, nesse caso, é a “manipulação instrumental” e não como no primeiro caso, o “entendimento comunicativo” (Habermas, 1984, p. 130).

Para Habermas, portanto, a linguagem é central para definir a racionalidade. Por meio da linguagem os seres humanos formam seu mundo comum; por meio da linguagem eles verificam as pretensões de validade ligadas a afirmações, normas e formas expressivas subjetivas; por meio da linguagem eles se entendem sobre os critérios com base nos quais suas ações são avaliadas (HABERMAS, 1984, p. 136-138).

A racionalidade, então, tem a ver, entre outras coisas, com o oferecimento de razões para o agir que são criticáveis e suscetíveis de justificação e com a sua avaliação, que acontece de forma lingüística. Para Habermas, a racionalidade é “uma disposição dos sujeitos capazes de linguagem e de ação” que se expressa em formas de comportamento “pelas quais existem, em cada caso, boas razões”, a ponto que “manifestações racionais são acessíveis a uma avaliação objetiva”. Estas manifestações (simbólicas) estão vinculadas, “pelo menos implicitamente”, a pretensões de validade passíveis de exame crítico. Tal exame exige, em cada caso, uma forma diferente de argumentação. Por exemplo, das expressões lingüísticas cognitivo-instrumentais (proposições) é examinada a verdade no âmbito de um discurso teórico, das expressões prático-morais (normas de ação) é avaliada a legitimidade no âmbito de um discurso prático (HABERMAS, 1984, p. 144).

As diferentes dimensões da justificação das pretensões de validade se refletem em “quatro conceitos sociológicos de ação” que Habermas introduz servindo-se da teoria popperiana dos três mundos. Segundo Popper (1975), é possível distinguir três mundos: “em primeiro lugar, o mundo dos objetos físicos ou dos estados físicos; em segundo lugar, o mundo dos estados de consciência ou dos estados mentais; e em terceiro lugar, o mundo dos conteúdos objetivos do pensamento, em particular, do pensamento científico, do poético e das obras de arte”.

Com base nessa tripartição, mas afastando-se dela na caracterização dos três mundos, Habermas distingue três dimensões de realidade, às quais correspondem três diferentes

pretensões de validade e, portanto, três diferentes formas de justificação e de argumentação (HABERMAS, 1984, p. 115).

No mundo objetivo, o dos objetos ou dos estados físicos, são avançadas pretensões de verdade que são justificadas em discursos teóricos. O ator pode, portanto, por um lado, formar opiniões (mediadas por percepções) sobre fatos e estados de coisas existentes e, por outro lado, “desenvolver intenções com a finalidade de levar à existência estados de coisas desejados” (HABERMAS, 1984, p. 130). Nesse caso, o autor estaria agindo teleologicamente: ele “realiza um fim ou faz com que se produza um estado de coisas desejado, escolhendo os meios que na situação dada prometem ter sucesso e aplicando-os de maneira adequada”. O conceito central, aqui, é o de decisão entre alternativas de ação. Se o ator inclui no seu cálculo as decisões de pelo menos um outro ator, pode-se falar de um agir estratégico (HABERMAS, 1984, p. 126). Nesse caso, o sucesso da ação “depende também de outros atores, cada um dos quais se orienta pelo próprio sucesso e se comporta de forma cooperativa na medida em que isso corresponde ao seu cálculo egocêntrico de utilidade” (HABERMAS, 1984, p. 131).

Aqui Habermas, mesmo sem o ter explicitado, remete à ‘mão invisível’ de Adam Smith, que garantia o bem de todos, mesmo quando o ser em ‘ação’ pensasse apenas em si próprio. Se neste agir o ator tomasse em consideração o outro, e comunicasse isso, a ação resultante da relação do receptor da ação e do ator seria capaz de trazer o pleno entendimento e a satisfação de ambas as partes. Ou seja, para Habermas a racionalidade substantiva estaria presente se no lugar da mão invisível houvesse o diálogo e se ele pudesse estabelecer critérios razoáveis e equânimes para todos os envolvidos.

Ao lado do mundo objetivo dos estados de coisas existentes aparece o mundo social ao qual pertencem o ator em qualidade de sujeito portador de um papel como também outros atores (HABERMAS, 1984, p. 132). O conceito central nesse caso é o da obediência às normas, que caracteriza o cumprimento de uma expectativa de comportamento. Trata-se de um modelo de agir normativo, visto que os membros são autorizados a esperar do autor um determinado comportamento (HABERMAS, 1984, p. 127). Todos os atores para os quais vigem as mesmas normas pertencem ao mesmo mundo social, e todas as normas que são reconhecidas como válidas ou justificadas pelos destinatários das mesmas possuem validade social (HABERMAS, 1984, p. 132). Esta análise de Habermas é muito parecida à racionalidade formal, conforme apresentada por Weber, mais uma vez consignando as referências dos dois alemães.

Um mundo social é constituído, portanto, por um contexto normativo que estabelece quais relações inter-humanas são legítimas ou justificadas. Um dos seus componentes essenciais são valores culturais compartilhados, já que somente à luz dele “as necessidades de um indivíduo resultam plausíveis também aos outros indivíduos que se encontram na mesma tradição” (HABERMAS, 1984, p. 133).

Normas socialmente válidas saem desses valores e por meio delas os valores vinculam os membros ao mundo social. A análise das necessidades baseada nos valores culturais compartilhados é, portanto, decisiva já que somente desta maneira as necessidades podem legitimar-se no sentido de provocar ações e contribuir para a definição das expectativas de comportamento. Pode-se dizer então que:

"os valores preconizados por Habermas são mecanismos definidores do comportamento e que os membros do grupo que seguem, ou acreditam em tais valores, tendem a se comportar de maneira homogênea dentro do ambiente social" (PINZANI, 2009).

O terceiro modelo concerne ao agir dramaturgico, que se baseia na representação ou encenação de si que os atores oferecem. Não se refere “nem a um ator solitário nem ao membro de um grupo social, mas a participantes de uma interação que constituem uns para os outros o público diante do qual põem em cena a si mesmos” (HABERMAS, 1984, p. 128). O conceito central aqui é o de autoencenação — não no sentido de um comportamento expressivo espontâneo, mas como estilização (dirigida a um público) da expressão das próprias experiências vivenciadas. Nesse caso são avançadas pretensões de veracidade que podem ser justificadas objetivamente: “perante uma autoencenação surge a questão de se o ator expressa também no momento adequado as vivências que ele tem, se pensa o que está dizendo, ou se está simplesmente simulando as vivências que está expressando” (HABERMAS, 1984, p. 139).

Aos três modelos mencionados Habermas acrescenta um quarto: o modelo do agir comunicativo, que mais interessa a esta pesquisa e que se refere “à interação de pelo menos dois sujeitos capazes de falar e de agir”, os quais procuram um entendimento sobre a situação de ação, a fim de “coordenar de comum acordo seus planos de ação e, com isso, suas ações” (HABERMAS, 1984, 128). Com a introdução do conceito de agir comunicativo a dimensão lingüística ganha um peso decisivo na discussão das racionalidades e seu uso na sociedade moderna. É verdade que ela está presente também nos outros modelos de ação, mas neles a “língua é concebida unilateralmente” (HABERMAS, 1984, p. 142).

Nos modelos de ação teleológico e estratégico, a linguagem é concebida como um meio entre outros “mediante o qual os falantes que se orientam pelo próprio sucesso se influenciam reciprocamente” (PINZANI, 2009). O modelo de ação normativo “pressupõe a linguagem como um meio que transmite valores culturais” e possibilita o consenso sobre as normas. O modelo de ação dramaturgico “pressupõe a linguagem como meio da autoencenação”. Estes três conceitos de linguagem representam, segundo Habermas (1984), meros “casos limites de agir comunicativo”: “em primeiro lugar, como o entendimento indireto dos que têm presente somente a realização das suas próprias finalidades”, em segundo lugar “como o agir consensual de indivíduos que se limitam a confirmar novamente um consenso normativo já existente” e, em terceiro lugar, “como autoencenação dirigida a um público” (HABERMAS, 1984, p. 143).

Em cada um dos três casos é considerada somente uma função de linguagem: ela pode motivar o ouvinte a agir (nos termos da teoria dos atos de fala de Austin⁴, retomada por Habermas: suscitar efeitos performativos); ela pode estabelecer relações inter-humanas; ela pode expressar vivências. Somente o modelo de agir comunicativo leva em conta “todas as funções da linguagem da mesma maneira” (HABERMAS, 1984, p. 143).

O agir orientado pelo entendimento não representa de modo nenhum o “caso normal de *práxis* comunicativa cotidiana” (HABERMAS, 1984, p. 198) e isto torna difícil entender a generalidade do conceito de racionalidade comunicativa. Habermas menciona três estratégias que deveriam permitir isso. Neste trabalho vamos abordar apenas a terceira estratégia que consiste na “reelaboração dos enfoques sociológicos para uma teoria da racionalização social”. A intenção de Habermas é “desenvolver problemas que podem ser resolvidos com a ajuda de uma teoria da racionalização moldada nos conceitos fundamentais do agir comunicativo” (HABERMAS, 1984, p. 199).

Assim, a Teoria do Agir Comunicativo é apresentada por Habermas (1984) como legítimo modelo para regular as relações sociais à parte da racionalidade instrumental, em

⁴A **teoria dos atos de fala** teve seu início com os trabalhos do filósofo inglês John Langshaw Austin (1911-1960) e foi levada adiante por John Roger Searle (1932-) e, de certa maneira, por Jacques Derrida (1930-2004). A filosofia preocupava-se, tratando-se de linguagem, somente com os enunciados descritivos, isto é, aqueles que descrevem estados de coisas no mundo. São estes enunciados que Frege, Russell, os pensadores do Círculo de Viena e outros estudaram exaustivamente, até o segundo trabalho principal de Wittgenstein demonstrar que a linguagem não se limita a estes enunciados e nem pode ser reduzida ao próprio código lingüístico; antes, a linguagem também depende fortemente de convenções sociais de várias ordens. Este trabalho de Wittgenstein lançou a noção de “jogos de linguagem”, que são as configurações necessárias para que um enunciado seja interpretado da maneira pela qual o seu enunciador pretende que ele seja.

moldes muito parecidos com os sugeridos por Ramos (1981). Habermas contribui para uma possível base de compreensão da responsabilidade social corporativa ao mostrar que as racionalidades são influenciadas pelo agir comunicativo, uma vez que a comunicação é capaz de regular as relações sociais e que os modelos de ação podem se tornar definidores do tipo de racionalidade escolhido para a consecução dos resultados pretendidos em qualquer propósito humano. Ou seja, para Habermas se há o agir comunicativo entre os indivíduos que compõem uma interação social qualquer, a racionalidade escolhida será aquela que trará o bem para todos os indivíduos, ou que pelo menos o traga para sua maioria, sem prejuízos para a minoria. É na base do agir comunicativo então que se pode entender o modelo Habermasiano para a responsabilidade social corporativa, assim como se pode entender a associação entre ações baseadas na racionalidade substantiva e resultados que atinjam o bem comum.

Considerando que se propõe examinar de perto um modelo escolhido para organizar parte importante da vida nas organizações e fundamentar os padrões de ação dessas organizações, foram tomadas em conta no trabalho proposto somente as racionalidades de natureza instrumental e substantiva, mesclando as diversas discussões feitas até aqui do modelo original proposto por Max Weber.

A citação dos trabalhos de autores renomados, além de contribuir para o melhor esclarecimento entre os dois tipos de racionalidade tratados nesta pesquisa, mostrando que implicações existem de se adotar um ou outro, reforça a importância que o tema sempre teve para os pesquisadores como possibilidade de explicação da vida humana e suas dimensões mais profundas, incluindo o campo da responsabilidade social que se aplica aos indivíduos e, conforme demonstrado aqui, às organizações em geral e às corporações, em particular para este estudo.

Também é imprescindível citar os trabalhos de Serva (1997a e 1997b), que fizeram a ponte entre o trabalho de Guerreiro Ramos e a teoria da ação comunicativa elaborada por Habermas. Em seu trabalho, Serva buscou analisar a presença da racionalidade substantiva na prática administrativa. A racionalidade substantiva é definida por Serva como “ação orientada para duas dimensões: a da autorrealização (compreendida como concretização de potencialidades e satisfação) e a social (que se refere ao entendimento nas direções da responsabilidade e satisfação sociais)”.

Serva realizou estudos empíricos em três empresas de serviços, buscando identificar em que medida essa racionalidade se apresentava em seus processos administrativos. Os resultados das pesquisas demonstraram que nas três organizações, em um grau maior ou menor, os dois tipos de racionalidades estavam presentes. Esta mistura das racionalidades nas organizações torna então “crucial a questão da predominância” deste ou daquele tipo de racionalidade (SERVA e ANDION, 2006, p. 16). Se existem os dois tipos de racionalidade, a ação predominante pode então ser utilizada para detectar a racionalidade predominante e esta predominância poderia explicar então o que move as organizações nesta ou naquela direção, conforme estabelecido pela premissa central desta pesquisa.

Segundo Serva (1997, p. 22) a identificação das duas racionalidades e a detecção da predominância de uma delas pressupõem a comparação entre os seus indicadores. O primeiro passo para comparar configurações distintas seria defini-las de forma clara, bem como seus elementos constitutivos. Serva elenca, conforme apresentado no Quadro 3, os indicadores que permitiriam identificar ações de racionalidade instrumental e substantiva (SERVA, 1997, p. 23).

As principais características das duas principais racionalidades de Max Weber são comparadas por Serva (1997), como consta no Quadro 03. Comparar e contrastá-las pode mostrar como os diferentes tipos introduzem regularidades e padrões ou modelos de ação bem como, em alguns casos, estilos de vida. Para os propósitos da pesquisa proposta, o quadro serviu para analisar, como recurso de linguagem, qual tipo de racionalidade é predominante nas ações de responsabilidade social das empresas analisadas.

Foi principalmente com base neste quadro de Serva, mas também em Guerreiro Ramos, que foram construídos as categorias e indicadores (códigos de análise de conteúdo) utilizados nas análises e conclusões desta dissertação, conforme será mais bem explicado no capítulo 3.

Quadro 3 - Características das Racionalidades Instrumental e Substantiva.

RACIONALIDADE INSTRUMENTAL		RACIONALIDADE SUBSTANTIVA	
Elemento	Definição	Elemento	Definição
Cálculo	Projeção utilitária das consequências dos atos humanos.	Autorrealização	Processos de concretização do potencial inato do indivíduo, complementados pela satisfação.
Fins	Metas de natureza técnica, econômica ou política (aumento de poder).	Autenticidade	Integridade, honestidade, e franqueza dos indivíduos nas interações.
Maximização dos recursos	Busca da eficiência e eficácia máximas, sem questionamento ético, no tratamento de recursos disponíveis, quer sejam humanos, materiais, financeiros, técnicos, energéticos, ou ainda, de tempo.	Julgamento ético	Deliberação baseada em juízo de valor (bom, mau, verdadeiro, falso, certo, errado etc.), que se processa mediante debate racional sobre pretensões de validade emitidas pelos indivíduos nas interações.
Êxito, resultados	O alcance, em si mesmo, de padrões, níveis, estágios, situações, que são considerados como vitoriosos em face de processos competitivos numa sociedade capitalista.	Autonomia	Condição plena dos indivíduos para poderem agir e expressarem-se livremente nas interações
Desempenho	Desempenho individual elevado na realização de atividades, centradas na utilidade.	Valores emancipatórios	Valores de mudança e aperfeiçoamento social nas direções do bem-estar coletivo, da solidariedade, do respeito à individualidade, da liberdade e do comprometimento, presentes nos indivíduos e no contexto normativo do grupo.
Utilidade	Dimensão econômica considerada na base das interações como um valor generalizado.		
Rentabilidade	Medida de retorno econômico dos êxitos e dos resultados esperados.	Entendimento	Ações pelas quais se estabelecem acordos e consensos racionais, mediadas pela comunicação livre, e que coordenam atividades comuns sob a égide da responsabilidade e satisfação sociais
Estratégia interpessoal	Influência planejada sobre outrem, a partir da antecipação das reações prováveis desse outrem e determinados estímulos e ações, visando atingir seus pontos fracos.	Entendimento	Ações pelas quais se estabelecem acordos e consensos racionais, mediadas pela comunicação livre, e que coordenam atividades comuns sob a égide da responsabilidade e satisfação sociais

Fonte: Serva, 1997.

3. METODOLOGIA

Segundo Humberto Eco (2002), metodologia de pesquisa não é apenas um conjunto de regras que devem ser seguidas para a elaboração de um texto. É, antes, “uma forma de se organizar idéias”. Assim, a metodologia de pesquisa serve não apenas para se fazer um texto de acordo com um monte de normas da associação X, Y ou Z. Serve para se saber qual a melhor forma de organizar as idéias para se chegar a um resultado, qual seja, a tese (ECO, 2002).

A metodologia serve também para facilitar o trabalho de outros pesquisadores que queiram testar as mesmas premissas utilizadas, ou queiram verificar se as conclusões obtidas permanecem em outras situações, preservada a metodologia utilizada aqui.

Portanto, este capítulo apresenta o caminho seguido na pesquisa que gerou esta dissertação, bem como os métodos escolhidos e rumos tomados para a consecução dos resultados almejados e consignados no objetivo geral e objetivos específicos da pesquisa.

3.1. Escolha das empresas para a análise do discurso

Segundo Yin (1984) estudos de casos podem ser simples ou múltiplos. Eisenhardt (1989, p. 535) apresenta um quadro com exemplos de estudos de caso tanto com apenas um caso quanto com vários casos. O quadro, por sua representatividade, ajuda a esclarecer uma das delimitações desta pesquisa, além da escolha do método (para detalhes sobre o quadro de Eisenhardt veja o Apêndice 03) .

O quadro ilustra a importância de ter um foco no estudo de casos. Segundo Eisenhardt (1989, p. 536) não importa quão pequena seja a sua amostra ou seu interesse de pesquisa, sem foco o pesquisador pode facilmente ficar dominado pelo excesso de dados. Em análises puramente qualitativas como esta isso pode ser tanto mais verdadeiro.

Eisenhardt (1989, p. 537) salienta também que a escolha dos casos é essencial em estudos de casos para a construção de alguma teoria. A partir daí ela passa a elencar todos os procedimentos adotados pelos autores citados indicando quais seriam os critérios relevantes para a escolha.

Para este estudo de caso, ou multicase, conforme estabelece o referencial teórico no capítulo 2, optou-se por trabalhar com empresas membros da Bovespa pelos seguintes critérios:

- a. Entende-se que responsabilidade social corporativa é aquela exercida pelas corporações, que no caso do Brasil são as sociedades anônimas;
- b. As corporações que têm ações na bolsa estão obrigadas pela CVM a publicarem suas informações, tanto de balanços contábeis quanto de balanços sociais. Isso possibilita a consulta aos arquivos de tais empresas;
- c. Em corporações fica mais fácil separar a responsabilidade social corporativa daquela devida aos proprietários, ação que não seria possível em empresas fechadas ou com capital pouco disperso, tendo em vista um controle mais personalista (SILVA, 2005, p. 5);
- d. Obrigatoriedade da *Accountability* entre tais empresas (SILVA, 2005, p. 24);

Segundo informações do site da Bovespa (BOVESPA, 2009), há neste momento, 554 empresas listadas em seu pregão. Como este trabalho não é uma pesquisa quantitativa, critérios amostrais não foram considerados. Todavia, realizar a análise de discurso das 554 empresas não resultaria num trabalho factível e, portanto, optou-se por um número limitado de empresas, sem diminuir o poder de inferência comum à análise qualitativa (EISENHARDT, 1989; MILES; HUBERMAN, 1994, p. 29).

A Bovespa criou o site 'Em Boa Companhia' (BOVESPA, 2009), onde afirma que as ações de responsabilidade social desenvolvidas pelo setor privado têm contribuído de forma crescente para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Sabendo disso, aquela bolsa de valores resolveu criar o site supramencionado para funcionar como um canal por meio do qual os investidores poderão acompanhar as principais novidades e projetos de responsabilidade social desenvolvidos pelas empresas listadas na bolsa. É importante ressaltar que a pesquisa mostrou que nem todas as iniciativas de responsabilidade social corporativa das empresas membros estão listadas no site, por não atenderem aos requisitos estabelecidos.

Segundo a Bovespa (2009) ao estimular a transparência e a cidadania-empresarial, o site vai ao encontro da tendência do mercado financeiro de valorizar ações socialmente responsáveis. Além disso, a divulgação de ativos não-financeiros tende a aumentar o valor de

mercado de uma companhia, uma vez que a prática afeta positivamente a forma como o mercado vê a instituição e valoriza suas ações, complementa a matéria no site.

Assim, definiu-se que apenas as empresas listadas no site seriam alvo da pesquisa, tendo em vista que há alguns fatores que poderiam influenciar positivamente na consecução da pesquisa: as empresas listadas no site adotam um padrão comum na divulgação de suas informações e o acesso às informações pode ser realizado diretamente do site, ou mesmo nos sites das empresas envolvidas, nos casos em que foi necessária a complementação de casos ou informações, visando à maior representatividade nos discursos que foram analisados.

Dentre as 554 empresas, uma pesquisa no site 'Em Boa Companhia' (BOVESPA, 2009) mostra que apenas 44 empresas (início de 2009) participam da iniciativa. Os setores e quantidades de empresas se apresentam conforme o quadro 4.

Quadro 4 – Setores econômicos das empresas listadas no 'Em Boa Companhia'.

Setor da Economia	Empresas	Participação
Aviação	1	2,27%
Bancário	6	13,64%
Cigarros	1	2,27%
Construção Civil	3	6,82%
Cosméticos	1	2,27%
Embalagens	1	2,27%
Energia	9	20,45%
Financeiro	2	4,55%
Logística	1	2,27%
Mecânico	2	4,55%
Mineração	1	2,27%
Saúde	2	4,55%
Papel e Celulose	5	11,36%
Químico	2	4,55%
Rodovias	1	2,27%
Saneamento	2	4,55%
Siderurgia	1	2,27%
Tecnologia	1	2,27%
Varejista	1	2,27%
Seguros	1	2,27%
Total de Empresas	44	100,00%

Fonte: Bovespa, 2009. Quadro de elaboração própria. www.bovespa.com.br.

Segundo Miles e Huberman (1994, p. 25) a constituição de fronteiras para o estudo de caso é indispensável. Assim, além da escolha de empresas com ações listadas na Bolsa de Valores, concordando com a idéia de 'corporação, conforme mostram Sampson (1996) e Micklethwait e Wooldridge (2003), da escolha de empresas que divulgam suas ações de responsabilidade social segundo os padrões do 'Em Boa Companhia', optou-se por buscar o

setor de economia mais frequente dentro do rol de empresas.

Conforme mostra o quadro 4, o setor com o maior número de empresas é o setor de energia, respondendo por 20,45% do total de empresas associadas à iniciativa da Bovespa. Visando obter a maior padronização e comparabilidade possível entre os tipos de ação de responsabilidade social corporativa e também entre os relatórios e outras informações geradas, buscou-se estudar e analisar as empresas do setor energético, chegando-se, assim, a um número final de oito companhias, posto que, dentre as nove listadas, uma, a Comgás, difere das demais que operam com energia elétrica em suas etapas de Geração, Transmissão, Distribuição e Comercialização, enquanto a Comgás não atua com energia elétrica⁵.

3.2. Tipo de Pesquisa

A pesquisa proposta teve uma abordagem interpretativa e apresenta uma posição epistemológica predominantemente **subjativista** salientando a construção social da realidade organizacional. Diferenciando a abordagem interpretativa da crítica, cita-se o trabalho de Burrell e Morgan (1979) que mostra que o que marca a diferença entre o funcionalismo e essas duas vertentes principais é fundamentalmente, a idéia de que o interpretacionismo questiona o objetivismo arraigado na doutrina funcionalista, enquanto a vertente crítica combate sua inclinação à regulação e à manutenção da ordem social, ou seja, a sua falta de engajamento em prol da mudança social. Segundo Burrell e Morgan (1979, p. 22) os paradigmas da análise organizacional são:



Figura 1 - Paradigmas na Análise Organizacional.

Fonte: (BURRELL & MORGAN, 1979, p. 22).

Segundo Vergara e Caldas (2005, p. 67) a essência da crítica interpretacionista foca-se no objetivismo exacerbado, e até certo ponto limitante, do funcionalismo. Para os funcionalistas, as organizações são objetos tangíveis, concretos e objetivos. Para os

⁵ Informação obtida por meio do site www.comgas.com.br, acessado em 20/09/2009.

interpretacionistas, as organizações são processos que surgem das ações intencionais das pessoas, individualmente ou em harmonia com outras. Elas interagem entre si na tentativa de interpretar e dar sentido ao seu mundo. A realidade social é, então, uma rede de representações complexas e subjetivas. Esta é a realidade que a pesquisa buscou captar e por isso a opção pela abordagem interpretativista. Vale ainda ligar esta concepção à constatação já trabalhada no referencial teórico de que a racionalidade subjacente permite entender o surgimento de um fenômeno, posto que, no caso do fenômeno organização, sua origem deve-se à racionalidade dos que a criaram e, portanto, o fenômeno está condicionado às ações intencionais de tais indivíduos.

O estudo também foi realizado dentro da perspectiva weberiana do estudo da ação social que considera que a principal tarefa do pesquisador da cultura é a compreensão (Verstehen) 'hermenêutica' ou interpretativa dos significados humanos (WEBER, 2004).

A premissa ontológica é a do **idealismo/nominalismo**. O nominalismo afirma que a realidade existe de forma meramente abstrata e que os universais (ou seja, conceitos) são simples convenções para a compreensão dos objetos a serem conhecidos. Por sua parte, o idealismo considera o sentido e inteligibilidade de um objetivo de conhecimento dependente do sujeito que o compreende, o que torna a realidade cognoscível dependente do sujeito que a compreende, carente de autosuficiência e necessariamente redutível aos termos ou formas ideais que caracterizam a subjetividade humana (KANT, 1997). Vale frisar novamente que a pesquisa trabalhou com a premissa central de que a identificação da racionalidade por trás de uma ação permite entender o surgimento e disseminação do fenômeno, no sentido de suas causas ou fundamentos.

Os dados foram coletados em um ponto do tempo, baseados em uma amostra selecionada para descrever uma população em um determinado momento, constituindo-se, portanto, a pesquisa, em estudo transversal, segundo Richardson (1999, p. 148), o mais utilizado em estudos sociais.

Esta pesquisa foi do tipo descritivo, de natureza estritamente qualitativa, e se valeu da análise de conteúdo, análise categorial e de ferramentas desenvolvidas por Miles e Huberman (1994), para estabelecer relações entre variáveis que pudessem explicar um processo de formação sócio-organizacional e buscou regularidades que permitiram inferências relevantes e

generalizações consistentes, considerando as limitações naturais de pesquisas qualitativas neste respeito.

Neste caso as observações qualitativas foram usadas como indicadores do funcionamento da estrutura social que se pretendeu estudar. Conforme Richardson (1999, p. 82) no estudo qualitativo utilizado para a explicação do funcionamento das estruturas sociais, é preciso reconhecer as implicações que diferentes concepções teóricas imprimem à análise da sociedade.

Por se constituir em uma pesquisa qualitativa, sua análise voltou-se especialmente para a compreensão dos significados presentes em um determinado fenômeno (RICHARDSON, 1999) - neste caso o surgimento e a disseminação da responsabilidade social corporativa. Além disso, a pesquisa teve como pressuposto a existência de uma relação dinâmica e de interdependência entre o mundo real, o objeto da pesquisa e a subjetividade do sujeito pesquisador (SANTAELLA, 2001), que interfere tanto na escolha e na operacionalização dos procedimentos analíticos quanto na construção do referencial teórico de embasamento da análise (TRIVIÑOS, 1987). Foram identificadas neste estudo características que Triviños (1987), recuperando Bogdan, utiliza para caracterizar a pesquisa qualitativa:

- a. O ambiente foi considerado como um espaço que reúne elementos, situações e relações que interferem nas condições de produção da mensagem;*
- b. O estudo considerou os processos, além dos resultados e produtos finais;*
- c. A interpretação é feita de forma indutiva, isto é, os significados surgem a partir da observação do fenômeno num dado contexto;*
- d. Primeiro foram coletados os dados e a partir destes foi elaborada a “teoria de bases”, um conjunto de conceitos e princípios a partir do qual os dados foram analisados;*
- e. A pesquisa foi descritiva, conforme dito acima.*

Para aprofundar a descrição da pesquisa a ser realizada, utilizou-se a classificação elaborada por Richardson (1999) e tem-se que tal estudo assume um caráter descritivo por se propor a identificar as características observadas em um determinado objeto de análise. Neste trabalho foram objeto de análise as ações de responsabilidade social das empresas alvo do estudo, conforme consignado em seus discursos.

O que foi realizado depois foram reflexões sobre o tema central da mensagem, suas condições de produção e outros conceitos, buscando utilizar tais características como a base para a comparação entre os dados empíricos, e suas análises de discurso e categorial, por onde se chegou às inferências e generalizações pretendidas.

A seguir, são apresentadas as técnicas de pesquisa utilizadas para a coleta dos dados e a descrição do método e das técnicas de pesquisa utilizadas para a análise dos dados. Ressalte-se que na visão de Triviños (1987), nas pesquisas qualitativas a separação entre a coleta e a análise dos dados é artificial já que estas constituem uma etapa ou duas fases de uma mesma etapa que se retroalimentam constantemente.

3.3. Coleta de Dados

Entre as técnicas de pesquisa adequadas para a etapa de coleta dos dados apresentadas por Lakatos e Marconi (1991), utilizou-se neste estudo a técnica de “documentação indireta”.

A coleta de dados baseada na documentação indireta consiste na leitura e análise de materiais produzidos por terceiros, que podem apresentar-se sob forma de textos, jornais, gravuras, fotografias e filmes, entre outras. A documentação indireta trata especificamente da coleta de informações de fontes primárias, tais como documentos de arquivos públicos (nesta pesquisa eminentemente da Internet) e privados, cartas, contratos, diários e autobiografias.

Essa técnica é bastante utilizada em pesquisas puramente teóricas e naquelas em que o delineamento principal é o estudo de caso, pois pesquisas com esse tipo de delineamento exigem, na maioria dos casos, a coleta de documentos para análise. A documentação indireta bibliográfica trata especificamente de recolher informações de fontes secundárias, tais como relatórios de pesquisa de campo, estudos históricos recorrendo aos documentos originais e pesquisas utilizando correspondências de terceiros, entre outras. Trata-se de técnica bastante empregada em pesquisas nas quais o delineamento principal é o estudo de caso e em pesquisas puramente teóricas (LAKATOS e MARCONI, 1991).

Boa parte das informações foi coletada no site da Bovespa e nos sites das empresas escolhidas, por meio de seus balanços contábeis e balanços sociais. Para caracterizar a racionalidade substantiva, contrapondo-a à racionalidade instrumental foi realizada pesquisa bibliográfica e utilizado o modelo conceitual conforme mostra o apêndice 4 que elenca as variáveis a serem aplicadas na análise categorial.

Para identificar a racionalidade que fundamenta os discursos de responsabilidade social corporativa nas empresas objeto do estudo foi realizada uma análise dos balanços sociais, ações de responsabilidade social corporativa, informações obtidas no site da Bovespa,

no site das empresas escolhidas e seus balanços contábeis. Também foram analisadas leis governamentais e incentivos fiscais e parafiscais relacionados.

Segundo Miles e Huberman, (1994. p. 8) por meio da contínua leitura de fontes materiais e por meio da vigilância sobre as proposições de um sujeito se pode entender seu ‘modo de vida’ (*Lebenswelt*), capturando a essência de um relato que é constante na vida de uma pessoa por meio de suas diversas variações. Esta abordagem não leva a uma lei abrangente, mas antes a um entendimento prático dos sentidos e ações do sujeito. Miles e Huberman (1994, p. 10) também enfatizam que dados qualitativos assim dispostos se adequam muito bem para localizar o sentido que as pessoas põem nos eventos, processos e estruturas de suas vidas: suas percepções, assunções, prejulgamentos, pressuposições e para conectar estes significados ao mundo social ao redor deles.

Conforme exposto anteriormente, na medida em que o estudo proposto tem como objetivo a caracterização dos discursos de responsabilidade social corporativa em termos de sua aproximação aos conceitos da racionalidade motivadora de tais ações, a análise dos dados se fundamentou no método de análise de conteúdo, por meio da aplicação das técnicas de análise categorial e do discurso. Conforme Miles e Huberman (1994, p. 22) utilizou-se uma “estrutura conceitual como base para as análises”, sendo que os próprios códigos para a análise surgem tanto dos textos, quanto de sua comparação às características das ações voltadas à racionalidade instrumental ou à racionalidade substantiva previamente identificadas.

3.4. Análise dos dados

A Análise de Conteúdo é um conjunto de técnicas de pesquisa usado para analisar em profundidade as mensagens produzidas por uma pessoa ou por um grupo de pessoas buscando inferências em relação ao emissor, ao receptor e ao tema abordado (BARDIN, 2009; FREITAS, 2000).

A partir da mensagem e das referências aos elementos presentes nas condições de sua produção, busca-se informações sobre outra realidade não explícita na superfície textual sobre o emissor, o receptor, as relações entre estes e os objetivos envolvidos na produção da mensagem, como por exemplo, concepções de mundo, valores de referência do emissor, modelos de comportamento presentes e representações sociais (FRANCO, 2003).

Na visão de Franco (2003), esse processo de inferência sobre uma situação a partir de uma informação exposta constitui o nível central da análise de conteúdo: a passagem entre a informação descrita e a informação interpretada com significação atribuída.

Em relação aos procedimentos para realização da análise de conteúdo, conforme estabelece Bardin (2009) foram adotadas três etapas: pré-análise, exploração do material e, tratamento dos resultados e interpretações. Descrevem-se a seguir os procedimentos utilizados na pesquisa,

3.4.1. Pré-Análise

Esta foi a fase de organização propriamente dita. Visou operacionalizar e sistematizar as idéias, elaborando um esquema preciso de desenvolvimento do trabalho. Na pré-análise foi feita uma leitura livre dos objetos empíricos com a proposta de confirmar sua escolha, observar a adequação dos materiais aos objetivos da pesquisa previamente delineados, formular novos objetivos e possíveis hipóteses a serem averiguadas e elaborar as categorias que orientaram a manipulação das mensagens (BARDIN, 2009).

Seguindo Richardson (1999, p. 231-233) foi realizada uma leitura superficial do material, visando conhecer a estrutura da narrativa e ter as primeiras orientações e impressões em relação à mensagem dos documentos e depois foi realizada uma seleção dos documentos, compondo uma amostra representativa do material a ser utilizado, pautando-a pelos princípios básicos da Exaustividade (considerando um mesmo tipo de documento, foram elencados os mesmos para todas as companhias), o da Representatividade (os documentos básicos da análise – Balanço Social e Balanço Contábil – a princípio, continham todas as informações necessárias) o da homogeneidade (a participação na pesquisa somente das empresas que utilizam as regras da Bovespa para a divulgação de demonstrativos garantiu isso) e Adequação, considerada atendida, posto que os documentos analisados são considerados os únicos trazer as informações indispensáveis às análises.

Ainda pensando na questão da exaustividade, ao detectar que as ações inseridas no site da Bovespa divergiam em quantidade, para as diferentes corporações analisadas, buscou-se outras ações não inseridas no site, mas que compunham os balanços sociais das empresas, realizando análises adicionais, com o objetivo de dar maior representatividade aos discursos emanados.

3.4.2. Análise do Material

Em seguida, passou-se para a etapa de exploração do material na qual ocorreu a realização da classificação dos elementos da mensagem, ou seja, foi feito o processo de categorização a partir das decisões tomadas na etapa anterior. Segundo Richardson (1999, p. 233) e confirmado pela experiência da presente pesquisa, esta fase foi longa e cansativa, consistindo basicamente na codificação, categorização e quantificação da informação.

Miles e Huberman (1994, p. 10) chamam esta etapa de '*data reduction*' e a definem como etapa em que se “seleciona, foca, simplifica, abstrai e transforma os dados que aparecem em documentos escritos ou em transcrições”, procedimento utilizado na presente pesquisa.

3.4.3. Tratamento dos Resultados

Por fim, realizou-se a terceira etapa: os tratamentos e a interpretação dos resultados. Foi neste momento que ocorreu a atividade central da análise de conteúdo já que a partir dos dados classificados em categorias e das informações levantadas sobre as condições de produção da mensagem - o emissor, o receptor, as relações entre estes, o suporte do código, entre outras – foram feitas inferências sobre situações não expostas na superfície textual, mas relacionadas com a mensagem produzida (RICHARDSON, 1999. p. 234). Nesta etapa permitiu-se notar regularidades, padrões, explicações, possíveis configurações, fluxos causais e proposições (MILES e HUBERMAN, 1994, p. 11).

A organização da codificação incluiu três etapas fundamentais, conforme preceitua Richardson (1999, p. 234): determinação das unidades de registro, escolha das regras de numeração e definição das categorias de análise.

3.4.3.1. Determinação das Unidades de Registro

no caso desta pesquisa optou-se por adotar como unidades de registro as frases, recortando-se o texto em função de tais unidades. As frases nesta análise representavam unidades de ação, que necessitaram de boa contextualização para seu correto enquadramento e entendimento.

3.4.3.2. Escolha das regras de numeração:

Neste caso foi escolhida a presença de elementos de uma ou outra das duas racionalidades tratadas nesta pesquisa, ou a ausência de seu oposto para contar a frequência

das unidades de registro, denotando-lhe importância. Considerou-se cada um dos itens detectados como do mesmo valor, deixando então a regularidade com que aparecem nas análises como o aspecto mais significativo. Não se levou em consideração a ordem em que as unidades apareceram e nem a co-ocorrência.

Neste caso vale acrescentar mais uma informação, que dirima dúvidas, no tocante à premissa de que a ausência de uma racionalidade constituir-se-ia na presença do seu tipo oposto – se não for detectada a racionalidade substantiva, pressupõe-se a presença da instrumental e vice-versa. No estudo realizado pode-se utilizar tal afirmação apenas nos casos da categoria ‘Não-avaliação’, posto que ficou patente em todas as observações que as organizações primam pela avaliação dos resultados de suas ações de responsabilidade social corporativa.

3.4.3.3. Definição das categorias de análise

Neste caso considerou-se as categorias como classes ou rubricas que reúnem um grupo de elementos (unidades de registro) em razão de características comuns. A categorização escolhida foi puramente léxica, seguindo a semântica das palavras unidas nos conceitos escolhidos para representar os tipos de racionalidade detectados.

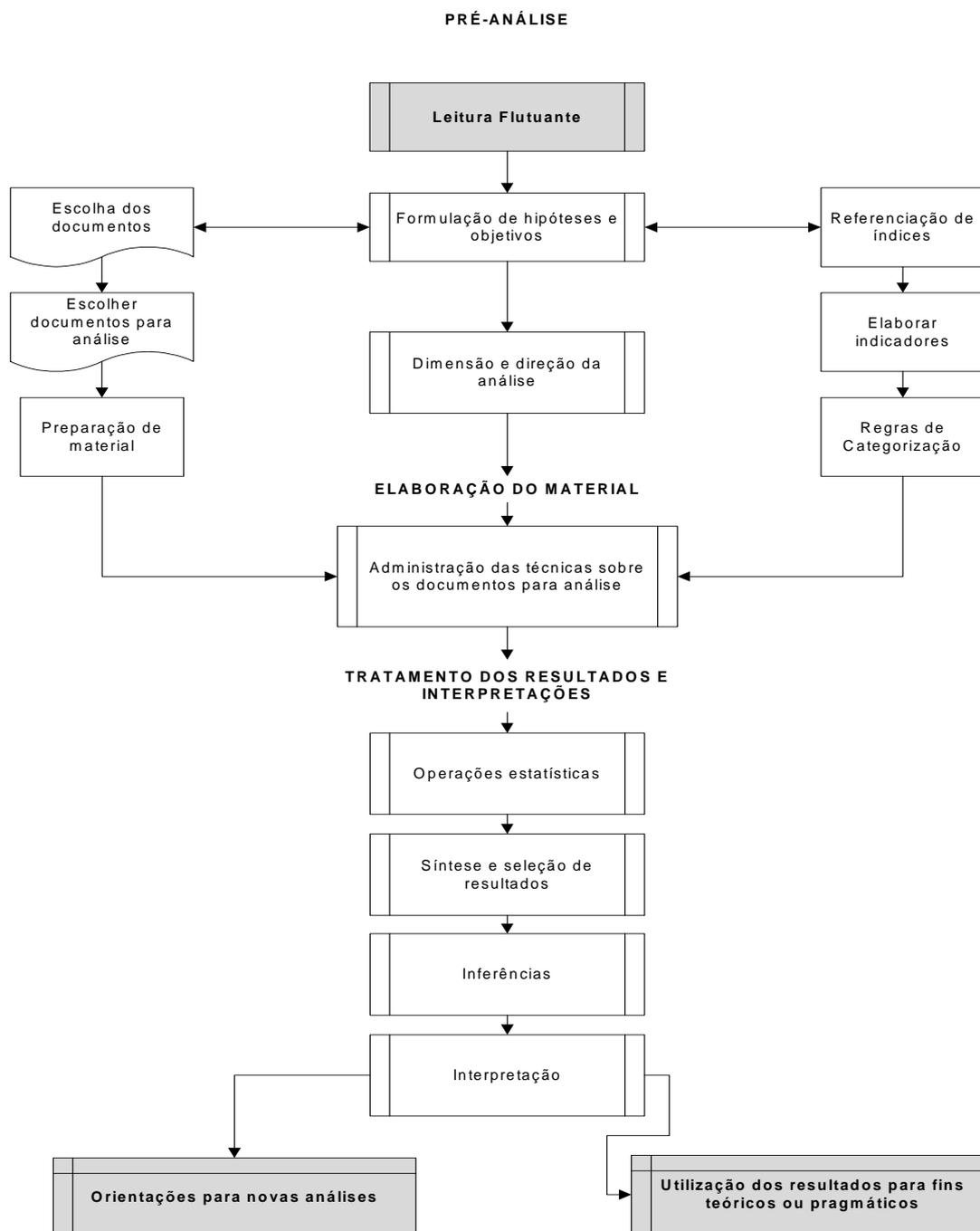
Buscou-se seguir as considerações de Bardin (2009) de que para serem consideradas boas as categorias devem possuir certas qualidades: a) exclusão mútua – cada elemento só pode existir em uma categoria; b) homogeneidade – para definir uma categoria, é preciso haver só uma dimensão na análise; c) pertinência – as categorias devem dizer respeito às intenções do investigador, aos objetivos da pesquisa às questões norteadoras, às características da mensagem, etc.; d) objetividade e fidelidade – se as categorias forem bem definidas, se os índices e indicadores que determinam a entrada de um elemento numa categoria forem bem claros, não haverá distorções devido à subjetividade dos analistas; e) produtividade – as categorias serão produtivas se os resultados forem férteis em inferências, em hipóteses novas, em dados exatos.

A figura 2 ilustra as três etapas de realização da análise de conteúdo propostas por Bardin (2009). Nessa figura estão apresentados diversos procedimentos identificados pela autora como possíveis práticas a serem realizadas dentro de cada etapa. Entretanto, a utilização desses procedimentos refere-se à abordagem da metodologia utilizada – qualitativa ou quantitativa – e às técnicas de pesquisa aplicadas. Neste trabalho, em que a análise de

conteúdo foi exclusivamente de natureza qualitativa e com a utilização de algumas das ferramentas de Miles Huberman (1994), as operações estatísticas não foram utilizadas.

Nas próximas seções deste trabalho se detalham as técnicas de pesquisa utilizadas nesse estudo - análise categorial, análise de discurso e ferramentas, de análise qualitativa sugeridas por Miles e Huberman (1994) - escolhidas em função dos objetivos da pesquisa.

Figura 2 - Etapas da Análise de Conteúdo



Fonte: Bardin, (2009).

3.4.4. Análise categorial

A análise categorial tem como objetivo identificar mais claramente informações inseridas na mensagem a partir da categorização do texto, funcionando por meio do desmembramento do texto em unidades e posterior agrupamento dessas unidades em categorias (BARDIN, 2009). Cumpre salientar que as categorias e os códigos foram montadas com base em modelo de Serva (1993) e explicitados no quadro 5 desta dissertação. Para cada um dos tipos de ação baseada na respectiva racionalidade corresponde uma categoria de análise, descritas a seguir:

- a) Imagem:** nesta categoria de análise estão incluídos todos aqueles discursos que visam garantir que a empresa tenha mantida sua boa imagem perante seus stakeholders na abordagem mais abrangente deste conceito;
- b) Legal:** nesta categoria de análise estão incluídos os discursos que descrevem ações das companhias executadas tão somente em virtude de obrigações legais, ou mesmo para garantir benefícios fiscais e parafiscais, sendo que o aspecto legal também está consignado à obrigação de obedecer aos acionistas em caso de decisões estratégicas;
- c) Legitimidade:** neste caso a legitimidade é categoria de análise vinculada à necessidade que a organização tem de ser reconhecida por seus stakeholders, sem a necessidade de se impor por poderio econômico, político ou outro. Significa a capacidade de inspirar adesão;
- d) Desempenho:** nesta categoria de análise estão discursos vinculados a ações que visam aprimorar o desempenho operacional da companhia, como aumento da produtividade, redução de custos diretos e indiretos (gastos com saúde, acidentes e seguros neste último caso), aumento da lucratividade etc;
- e) Maximização:** nesta categoria de análise estão os discursos vinculados a ações que visam maximizar o uso de recursos humanos, materiais, financeiros e sociais, sem o questionamento dos stakeholders, como por exemplo, utilizar o tempo livre dos empregados para participar em ações de cidadania;
- f) Estratégia:** esta é a categoria mais abrangente dentre as estipuladas para a análise e inclui os discursos vinculados a ações que denotam que a companhia inseriu

determinada ação de responsabilidade social corporativa no seu negócio, visando com isso aumentar sua eficiência operacional e sua eficácia econômica;

g) Marketing: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações que visem, mesmo que de forma marginal, divulgar a marca da companhia perante seus stakeholders e a sociedade em geral;

h) Valores: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações que denotem que a companhia está agindo em determinada situação tão somente baseada em valores internos e não visa quaisquer tipos de retornos diretos. Os valores considerados aqui são aqueles definidos por Serva (1993) como valores de mudança e aperfeiçoamento social nas direções do bem-estar coletivo, da solidariedade, do respeito à individualidade, da liberdade e do comprometimento, presentes nos indivíduos e no contexto normativo do grupo. Não se consideram outras definições por escolha metodológica;

i) Juízo: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações que a companhia toma baseado em seus julgamentos de que algo é errado ou certo, independentemente do que as instituições formais e informais na sociedade consideram como certo ou errado;

j) Sociedade: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações que a companhia toma, considerando a vontade da sociedade, mesmo quando isso seja contraproducente;

k) Equilíbrio: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações em que a companhia adota práticas que permitem o perfeito equilíbrio entre as metas de negócio e princípios e valores fundamentais;

l) Não-Avaliação: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações que a companhia toma, sem criar mecanismos sistêmicos e metódicos para mensuração e avaliação dos resultados. Esta é uma categoria central, conforme foi descoberto ao longo da pesquisa, pois embora não presente em todas as empresas avaliadas, é significativa, em sua ausência, para os resultados encontrados; e

m) Avaliação Social: esta categoria inclui a análise de discursos vinculados a ações que a companhia adota em termos sociais pelos valores que adota, sem expectativas de retornos diretos.

Assim, com base nestas categorias, é que se chegou aos principais resultados descritos no capítulo quatro desta dissertação. A análise categorial, como será visto, também foi ajudada pela construção de códigos correspondentes, que permitiram a marcação visual dos elementos discursais de análise, e a junção numérica das evidências encontradas, permitindo maior coesão entre as conclusões tiradas dos resultados encontrados.

3.4.5. Análise de discurso

De acordo com Bardin (2009), a análise de discurso tem como objetivo a realização de inferências sobre os processos de produção da mensagem a partir das manifestações semânticas e sintáticas expostas na superfície textual. Isto é, a partir das marcas formais da superfície textual, a análise de discurso busca descrever, explicar e criticar informações referentes aos atores envolvidos e às práticas sociais presentes no contexto no qual se deu a produção do texto (PINTO, 2002).

Sendo assim, na aplicação empírica da análise de discurso realizada nessa pesquisa observou-se nas mensagens elementos como: os sujeitos produtores da mensagem; os posicionamentos ideológicos presentes na representação de práticas sociais; as pressuposições que o pesquisador precisou fazer para interpretar o texto, isto é, os conceitos e definições que o pesquisador precisou dominar para compreender a mensagem (PINTO, 2002).

No que se refere aos procedimentos para realização da análise de discurso, Orlandi (2002) propõe duas etapas interligadas que se comunicam entre si e com a construção do referencial teórico que suporta a análise dos dados.

Conforme explica Orlandi (2002), na primeira etapa o texto em análise foi transformado em um objeto discursivo e observou-se tanto o que foi, quanto o que não foi dito, de forma que se compreendeu que a mensagem analisada assumiu uma determinada forma e possuiu um determinado teor intencionalmente, isto é, foi desfeita a idéia de que aquilo que foi dito de uma determinada forma só poderia ser daquela maneira (ORLANDI, 2002). Na segunda etapa, ocorreu a transformação do objeto discursivo para o processo discursivo, chamado também por Orlandi (2002) de formação ideológica, e que possibilitou a

identificação de elementos interferentes na construção de tal discurso. (ORLANDI, 2002). Ou seja, esta segunda etapa da análise foi muito útil para a percepção do que era dito nas ‘entrelinhas’ do discurso.

3.4.6. Aplicação das técnicas: a montagem dos códigos

Tão logo teve início a compilação das informações, apareceram novos desafios. Um dos grandes veio da multiplicidade de fontes e formas dos dados. Embora algumas informações tivessem vindo de fontes estruturadas, a maioria delas, nesta pesquisa, vieram de documentos divulgados na Internet. É claro que uma grande profusão de informações foi gerada ao longo deste ajuntamento. A análise pura e simples dos documentos poderia se tornar uma tarefa gigantesca.

Adotando o que Miles e Huberman (1994, p. 55) sugerem, os resultados estão calcados nas perguntas de pesquisa (causas para o surgimento e disseminação da responsabilidade social corporativa) e também sobre um modelo conceitual. Também importante para a análise foram os códigos criados com base nas categorias definidas anteriormente, que permitiram expor mais claramente, conforme suas categorias, o entendimento que se teve dos discursos, ou, em outras palavras, a análise do discurso propriamente dita e também enumerar melhor as frequências, levando a inferências mais fundamentadas.

Códigos são etiquetas ou rótulos para determinar unidades de sentido para as informações descritivas ou inferenciais compiladas durante o estudo (MILES e HUBERMAN, 1994, p. 56). Nesta pesquisa os códigos foram utilizados para recuperar e organizar as informações em bruto obtidas na fase de pesquisa. Conforme sugerem Miles e Huberman (1994, p. 58) foi criada uma lista prévia de códigos com base no modelo conceitual e na lista de categorias de análise, calcados em grande parte no trabalho de Serva (1993), e nas perguntas de pesquisa.

Considerando a dicotomia dos principais conceitos, foram criados dois códigos ‘mestres’ sendo que ‘INS’ é o código mestre para todos os códigos ligados à racionalidade instrumental e que ‘SBS’ é o código mestre para todos os códigos ligados à racionalidade substantiva. O apêndice 4 mostra a lista de códigos que foram criados para a inserção dos discursos analisados em categorias que permitissem a comparação e levassem às inferências pretendidas.

Assim, a pesquisa ficou com oito códigos para identificar a racionalidade instrumental (INS) e seis para identificar a racionalidade substantiva. Contudo cabe ressaltar que não apenas a presença de um destes códigos traz indícios da respectiva racionalidade, mas também a ausência do código, indica a presença da racionalidade oposta, o que foi importante na montagem das tabelas individuais de cada empresa e depois na comparação numérica feita, conforme demonstrado no apêndice 4.

Outra observação a ser feita está vinculada ao fato discutido por Serva (1993, p. 36) de que os autores brasileiros criticam e denunciam a razão instrumental, opondo a ela a racionalidade substantiva. No entanto não “conseguem comprovar empiricamente se esta última pode ser empregada na gestão de organizações produtivas.” Em outras palavras, os pesquisadores não demonstram claramente, por meio de exemplos retirados de organizações reais, como se concretiza a razão substantiva na tomada de decisão, na divisão do trabalho, no controle, no estabelecimento de normas, na comunicação e em outras variáveis tipicamente administrativas.

Ou seja, esta constatação alerta que não é tarefa fácil perceber tal racionalidade, mesmo em análise de discurso. Portanto, reafirma-se que não se pretende saltar das conclusões oriundas da análise de conteúdo para conclusões ligadas às ações em si mesmas, tendo em vista tal dificuldade. Portanto, as análises basearam-se no modelo desenvolvido por Serva (1993), que estabelece as características identificadoras de um ou outro tipo de racionalidade (instrumental e substantiva) e no discurso das companhias, não havendo análise dos resultados das ações de responsabilidade social corporativa (embora alguns sejam citados) e acima de tudo pelas categorias criadas para análise de discurso. Também não são feitas inferências sobre as intenções das organizações ou de seus membros.

3.4.7. Um Modelo Conceitual

O modelo conceitual esboçado para esta pesquisa é uma construção mental logicamente organizada, que serviu para dirigir o processo de investigação, fazendo uma abstração da realidade, um modo de visualizá-la, facilitando o raciocínio, mostrando como os vários conceitos estão interrelacionados. Refere-se a idéias globais sobre as situações e eventos ocorridos na organização e que levam a esta àquela tomada de decisão. O modelo, portanto, foi necessário para guiar o curso da busca das racionalidades subjacentes aos

discursos analisados. O modelo consiste da contextualização institucional e histórico do setor em que as empresas analisadas se inseriam, assim como das categorias de análise utilizadas.

Para a construção desta parte do modelo conceitual de análise foram utilizados os indicadores criados por Serva (1993) para a identificação de racionalidade substantiva ou instrumental nas ações organizacionais e também as considerações de Guerreiro Ramos, em torno de um enfoque substantivo das organizações (RAMOS, 1989, p. 134-5).

Assim, para definir ações tomadas com base em racionalidade instrumental foram tomados os indicadores de Serva (1993), que foram transformados em ações resultantes deste tipo de racionalidade e para definir as ações tomadas com base em racionalidade substantiva foram utilizados, além dos indicadores de Serva (2003), as considerações de Ramos (1989, p. 134-5), que foram transformados em ações resultantes deste tipo de racionalidade. As ações resultantes, e que foram utilizadas para a construção das categorias de análise e também para os códigos de marcação estão sintetizadas no quadro 5.

Quadro 5 - Comparação entre racionalidade substantiva e instrumental

Ações tomadas com base em racionalidade INSTRUMENTAL	Ações tomadas com base em racionalidade SUBSTANTIVA
- Ações que visam a fins específicos como: melhorar a imagem da empresa junto aos stakeholders.	- Ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.
- Ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.	- Deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).
- Ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.	- A organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.
- Ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.	- O rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.
- Ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos no tratamento dos recursos.	- Ações dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.
- Ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.	- São precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.
- Ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.	- A organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.
- Ações que criam estruturas hierárquicas rígidas.	- Ações que criam estruturas hierárquicas flexíveis ou inexistentes.

Fontes: Guerreiro Ramos (1981) e Serva (1997). Quadro de construção própria.

Estes indicadores não são exaustivos. Ou seja, outros autores, com base em suas subjetividades poderiam incluir mais ou menos categorias, mais ou menos códigos para representar a realidade que pretendem estudar. Conclui-se todavia, que na base deste modelo conceitual puderam ser analisados os discursos de responsabilidade social de empresas

modernas, buscando caracterizar o tipo de racionalidade predominante, conforme se pôde perceber pela análise do discurso

3.4.8. As comparações em busca de regularidades

Após a análise de conteúdo, o estabelecimento das categorias de análises e a realização das devidas interpretações e inferências foi realizada uma comparação entre os resultados das empresas pesquisadas na busca de regularidades que, conforme mostra o quadro 43, explicam melhor o fenômeno e evidenciaram mais ainda as conclusões tiradas da pesquisa e relatadas no capítulo 5 desta dissertação.

Como apoio à comparação foram utilizadas ferramentas de ‘*cross-case displays*’ de Miles e Huberman (1994, p. 207) para ordenar e explicar as relações encontradas. Segundo Miles e Huberman (1994, p. 207) os estudos de múltiplos casos são extraordinariamente úteis tanto para gerar explicações quanto testá-las sistematicamente. Os autores asseveram que num sentido real, múltiplos casos são o melhor recurso para avançar as teorias sobre a maneira em que o mundo funciona. Na pesquisa, buscou-se então explorar os múltiplos casos nas oito companhias escolhidas para o estudo, elencando também as múltiplas práticas de responsabilidade social corporativa incluídas no site “Em Boa Companhia”, além de outras práticas e discursos encontrados nos diversos balanços analisados.

3.5. Limitação do método

Como afirma Triviños (1987, p. 96) qualquer que seja o ponto de vista teórico que oriente o trabalho do investigador, a precisão e a clareza são obrigações elementares que devem existir na tentativa de estabelecer os exatos limites do estudo. Com base nesta citação é que tentou-se obter o maior rigor metodológico possível, a fim de seguir à risca o referencial metodológico que orientou o trabalho.

O estudo foi realmente de corte transversal e, portanto, aplicou-se somente a um momento do tempo. Ademais, o estudo foi realizado considerando apenas empresas brasileiras com ações na Bolsa de Valores de São Paulo e que tenham ações declaradas de responsabilidade social, e que publiquem sobre tais ações, para que se possa analisar o discurso envolvido. Focando mais ainda foi escolhido apenas o setor econômico mais representativo dentre as empresas citadas, no caso o energético, o que trouxe mais uma limitação ao estudo, mesmo considerando-o estritamente qualitativo.

Uma terceira limitação é que o estudo não foi exaustivo e não esgotou o tema, já que focaliza um determinado grupo de empresas em determinado contexto geográfico e temporal.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção traz, em primeiro lugar, uma caracterização do setor elétrico brasileiro. Esta caracterização é necessária para que se tenha uma noção mais clara do tipo de racionalidade subjacente à tomada de decisões das empresas em relação a políticas e ações de responsabilidade social corporativa. Este cenário geral também ajuda a retratar cada uma das empresas escolhidas, detalhando alguns aspectos relevantes para o entendimento de suas decisões de trabalhar com esta ou aquela iniciativa de responsabilidade social corporativa.

Num primeiro momento da pesquisa parecia que esta seção não seria necessária, mas à medida que os dados foram sendo compilados e os primeiros resultados atingidos percebeu-se que algumas das explicações fariam mais sentido se fosse corretamente contextualizadas por meio da apresentação do cenário o mais completo possível, envolvendo a caracterização do setor elétrico brasileiro, a identificação completa das companhias escolhidas para a pesquisa e também dos demais stakeholders e instituições envolvidos.

Os resultados também são fruto da análise de conteúdo realizada sobre os principais demonstrativos contábeis e sociais das empresas escolhidas e informações obtidas por meio do site da Bovespa. O apêndice dois apresenta a lista de documentos consultados, bem como a quantidade de páginas lidas, dando boa dimensão do nível de aprofundamento das análises em torno dos balanços e demais documentos encontrados no decorrer da pesquisa.

4.1. O Sistema Elétrico Brasileiro

A apresentação detalhada do sistema elétrico brasileiro foi considerada necessária nesta dissertação para que se pudesse construir um dos quadros apresentados na etapa de conclusões deste trabalho e também para compor o exato cenário que influi na tomada de decisão das corporações envolvidas na pesquisa, conforme se poderá depreender da leitura e previsto em análises categoriais, onde as unidades de registro são frases que representam ações. Assim a pesquisa buscou levantar os intervenientes institucionais no ambiente, sua atuação e interrelação no cenário da produção, transmissão, distribuição e comercialização de energia elétrica no Brasil.

O novo marco regulatório do setor elétrico brasileiro foi definido pela Lei 10.848/2004, que estabelece regras visando possibilitar a efetiva garantia do suprimento para o mercado e a expansão permanente das atividades intrínsecas do setor (geração, transmissão

e distribuição), sendo tal expansão vinculada à segurança e à busca da remuneração para os investimentos, assim como à universalização do acesso e do uso dos serviços - além da modicidade tarifária, em um horizonte de curto, médio e longo prazos, conforme definido pelo Ministério das Minas e Energias (MME, 2009).

As modificações introduzidas pela Lei 10.848/2004 trouxeram novas perspectivas ao setor, tendo como horizonte a retomada dos investimentos na geração, transmissão e distribuição de energia elétrica. O Decreto 5.081/2004 - que regulamentou o novo marco regulatório do setor elétrico - especifica as providências necessárias para alcançar os objetivos proposto (MME, 2009):

- a. Promover a modicidade tarifária;*
- b. Garantir a segurança do suprimento; e*
- c. Criar um marco regulatório estável.*

Para implementar tais metas, foram detalhadas regras de comercialização de energia ligadas a leilões com critério de menor tarifa, com garantias legais de suprimento, marco regulatório estável, construção eficiente de novos empreendimentos, leilões específicos, contratos bilaterais de longo prazo entre distribuidoras e os vencedores dos leilões e licenças ambientais prévias de empreendimentos hidrelétricos candidatos.

Este conjunto de medidas permitiu reduzir os riscos do investidor, possibilitando o financiamento do projeto a taxas atrativas, com benefícios para o consumidor. A criação de um marco regulatório estável requereu uma clara definição das funções e atribuições dos agentes institucionais. Assim, em particular, o novo modelo (ONS, 2009):

- *Esclareceu o papel estratégico do Ministério de Minas e Energia, enquanto órgão mandatário da União;*
- *Reforçou as funções de regulação, fiscalização e mediação da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel);*
- *Organizou as funções de planejamento da expansão, de operação e de comercialização.*

Também dentro do novo marco regulatório para o setor elétrico brasileiro foi criada a Aneel - A Agência Nacional de Energia Elétrica, que é autarquia em regime especial, vinculada ao Ministério de Minas e Energia - MME, e que foi criada pela Lei 9.427 de 26 de dezembro de 1996 (MME, 2009).

A Aneel, segundo informações obtidas em seu site, tem como atribuições: regular e fiscalizar a geração, a transmissão, a distribuição e a comercialização da energia elétrica,

atendendo reclamações de agentes e consumidores com equilíbrio entre as partes e em benefício da sociedade; mediar os conflitos de interesses entre os agentes do setor elétrico e entre estes e os consumidores; conceder, permitir e autorizar instalações e serviços de energia; garantir tarifas justas; zelar pela qualidade do serviço; exigir investimentos; estimular a competição entre os operadores e assegurar a universalização dos serviços (ANEEL, 2009). A missão da Aneel é proporcionar condições favoráveis para que o mercado de energia elétrica se desenvolva com equilíbrio entre os agentes e em benefício da sociedade (ANEEL, 2009).

A Geração e Distribuição de energia elétrica no Brasil são coordenadas pelo ONS – Operador Nacional do Sistema. O ONS é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, criada em 26 de agosto de 1998, responsável pela coordenação e controle da operação das instalações de geração e transmissão de energia elétrica no Sistema Interligado Nacional (SIN), sob a fiscalização e regulação da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel). O Operador é constituído por membros associados e membros participantes (ONS, 2009).

São membros associados os agentes de geração com usinas despachadas de forma centralizada, os agentes de transmissão, os agentes de distribuição integrantes do SIN, além de agentes importadores e exportadores e consumidores livres com ativos conectados à Rede Básica (ONS, 2009). São membros participantes o Poder Concedente por meio do Ministério da Minas e Energia, os Conselhos de Consumidores, geradores não despachados centralizadamente e pequenos distribuidores (abaixo de 500 GWh/ano). Com tamanho e características que permitem considerá-lo único em âmbito mundial, o sistema de produção e transmissão de energia elétrica do Brasil - SIN é um sistema hidrotérmico de grande porte, com forte predominância de usinas hidrelétricas e com múltiplos proprietários. O Sistema Interligado Nacional - SIN é formado pelas empresas das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e parte da região Norte (ONS, 2009). Apenas 3,4% da capacidade de produção de eletricidade do país encontram-se fora do SIN, em pequenos sistemas isolados localizados principalmente na região amazônica.

Os membros associados e participantes do Sistema Nacional Interligado são classificados em (ONS, 2009):

- a. Agentes de geração;
- b. Agentes de Transmissão;
- c. Agentes de Distribuição;
- d. Agentes de Comercialização
- e. Importadores e Exportadores de Energia Elétrica; e

f. Consumidores Livres.

4.1.1. Agentes de Geração

Agentes de Geração são as empresas que operam usinas encarregadas da produção de energia, seja para fins públicos, seja para fins particulares. Segundo dados da Aneel (2009) existem atualmente 1.049 agentes de geração no sistema, conforme mostra a tabela 2. A atividade de geração consiste na transformação em energia elétrica de qualquer outra forma de energia, seja qual for sua origem ou fonte, haja vista que a energia elétrica não se encontra disponível para aproveitamento na natureza (ONS, 2009).

Dessa forma, as empresas geradoras de energia elétrica basicamente realizam a transformação de diferentes formas de energia (cinética, química, solar, eólica) em energia elétrica. A tradição setorial é denominar as diferentes usinas geradoras de energia elétrica levando-se em consideração a fonte primária de energia utilizada. Dessa forma, fala-se em usina térmica (gás, carvão, óleos combustíveis etc.), hidráulica (água), nuclear (tipo especial de usina térmica) e renovável (eólica, solar etc.).

Tabela 2 – Agentes de Geração no Sistema Elétrico Nacional

Agentes Distribuídos entre os Destinos da Energia	
Destino da Energia	Quantidade de Agentes
Serviço Público	90
Autoprodução de Energia	228
Produção Independente de Energia	742
Comercialização de Energia	4
Autoprodução c/Comerc. De Excedente	40
Registro	760 ⁶

Fonte: Aneel, 2009.

4.1.2. Agente de Transmissão

A atividade de transmissão consiste no transporte da energia elétrica gerada pelo sistema produtor às subestações distribuidoras, bem como na interligação de dois ou mais sistemas geradores. Analisando o fenômeno físico da eletricidade, pode-se afirmar que as empresas transmissoras obrigam-se a, basicamente, construir, operar e manter a infraestrutura (redes de alta tensão) necessária ao escoamento da energia elétrica entre os pontos de geração e distribuição (ONS, 2009). A rede interligada de transmissão é conhecida como Sistema Interligado Nacional – SIN (ONS, 2009), conforme mencionado em outro contexto.

⁶ A soma dos números não é 1.049, pois há empresas que atuam em mais de um segmento.

4.1.3. Agente de Distribuição

Agente de distribuição é o titular de concessão, permissão ou autorização de serviços e instalações de distribuição para fornecer energia elétrica ao consumidor final exclusivamente de forma regulada (ONS, 2009). O serviço de distribuição consiste, basicamente, na construção, operação e manutenção da infraestrutura (redes de média e baixa tensão) necessária à disponibilização da energia elétrica aos consumidores finais (ONS, 2009).

As grandes torres com cabos espessos que se veem espalhados por todo o território nacional são a face mais visível deste tipo de agente, que praticamente não tem contato com o grande público, tendo em vista serem intermediários no processo.

4.1.4. Agente de Comercialização

A atividade de comercialização foi autonomizada pelo atual modelo competitivo do setor de energia elétrica. Nesse sentido, confira-se o art. 1º do Decreto nº 2.655/98: Art. 1º “A exploração dos serviços e instalações de energia elétrica compreende as atividades de geração, transmissão, distribuição e comercialização, as quais serão desenvolvidas na conformidade da legislação específica e do disposto neste regulamento” (PIMENTA, 2009, p. 5). No atual marco regulatório do setor, a comercialização de energia elétrica pode ser realizada de forma conjugada com outros serviços de energia elétrica ou autônoma (ONS, 2009).

4.1.5. Agente de Importação

Agente de importação é o titular de autorização para fins de importação de energia elétrica (ONS, 2009). Tratam-se de grandes empresas, ou mesmo órgãos governamentais que se utilizam de energia do exterior para manutenção de suas operações internas, ou para vendê-las no mercado de varejo.

O quadro 6 lista as companhias escolhidas para a pesquisa e o tipo de agente que representam. O agente de importação não foi incluído no quadro pois nenhuma das empresas atua neste setor, dominado por grandes indústrias, que importam mormente gás (ONS, 2009). Pelo quadro 6 vemos que somente a CEMIG atua como todos os tipos de agente.

O quadro 6 também é ilustrativo da dependência que as empresas têm entre si, posto que muitas delas dependem das redes de transmissão e distribuição de outras, que por sua vez

compram ou intercambiam energia gerada pela disponibilização de equipamentos de transmissão e/ou distribuição, como linhas, subestações, postes etc. (ONS, 2009).

Quadro 6 – Tipo de atividades desenvolvidas por Cia. de Energia.

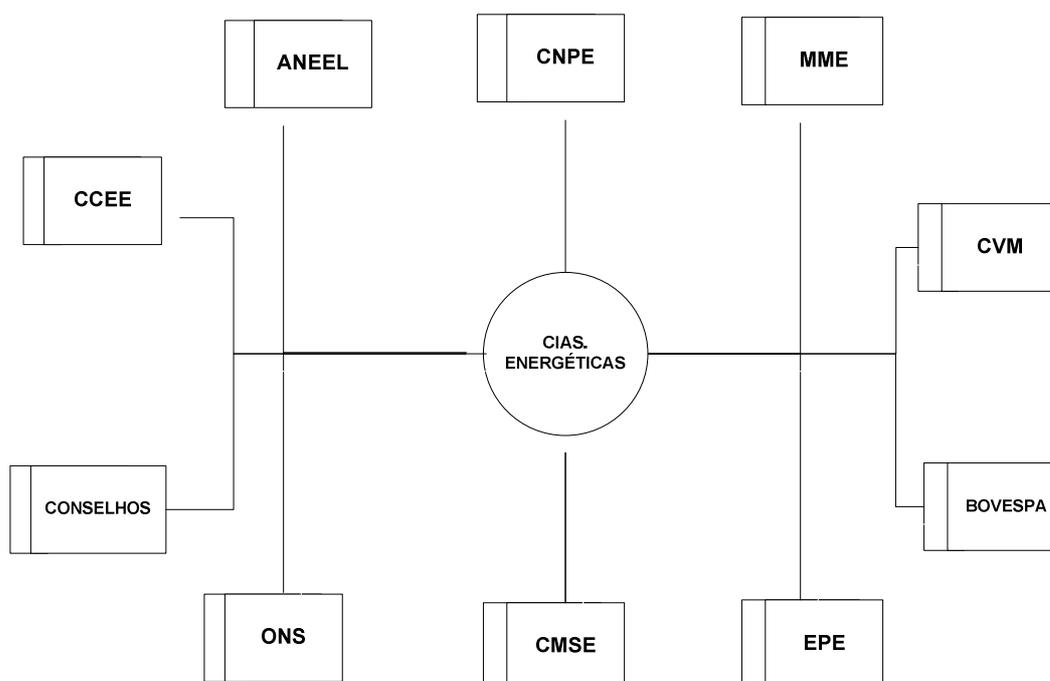
	Geração	Transmissão	Distribuição	Comercialização
CEMIG	X	X	X	X
CELESC	X		X	X
CPFL	X		X	X
COELCE	X		X	X
COPEL	X	X	X	X
DUKE	X			X
ENERGISA	X			X
EDP	X		X	X

Fonte: www.ons.gov.br, 2009.

4.2. A Rede de Atores no Setor Elétrico Brasileiro

O setor elétrico brasileiro tem um grande número de atores institucionais intervenientes, como se pode constatar pela figura 3. Todos eles, em certa medida, fornecem regulamentações, diretrizes, fóruns de discussão, eventos de intercâmbio de ações e informações, controles e, acima de tudo, disseminação de práticas, conforme a pesquisa realizada mostrou.

Figura 3 - Atores do Sistema Elétrico Brasileiro



Fonte: CCEE, www.ccee.org.br, 2009. Diagrama de elaboração própria.

4.2.1. CNPE – Conselho Nacional de Política Energética

O CNPE é um órgão interministerial de assessoramento à Presidência da República, tendo como principais atribuições formular políticas e diretrizes de energia e assegurar o suprimento de insumos energéticos a áreas remotas ou de difícil acesso (MME, 2009).

O CNPE é também responsável por revisar periodicamente as matrizes energéticas aplicadas às diversas regiões do país, estabelecer diretrizes para programas específicos, como os de uso do gás natural, do álcool, de outras biomassas, do carvão e da energia termonuclear, além de estabelecer diretrizes para a importação e exportação de petróleo e gás natural (MME, 2009).

4.2.2. MME – Ministério de Minas e Energia

O MME é o órgão do Governo Federal responsável pela condução das políticas energéticas do país. Suas principais obrigações incluem a formulação e implementação de políticas para o setor energético, de acordo com as diretrizes definidas pelo CNPE. O MME é responsável por estabelecer o planejamento do setor energético nacional, monitorar a segurança do suprimento do setor elétrico brasileiro e definir ações preventivas para restauração da segurança de suprimento no caso de desequilíbrios conjunturais entre oferta e demanda de energia (MME, 2009).

4.2.3. EPE – Empresa de Pesquisa Energética

Instituída pela Lei nº 10.847/04 e criada pelo Decreto nº 5.184/04, a EPE é uma empresa vinculada ao MME, cuja finalidade é prestar serviços na área de estudos e pesquisas destinadas a subsidiar o planejamento do setor energético (MME, 2009).

Suas principais atribuições incluem a realização de estudos e projeções da matriz energética brasileira, execução de estudos que propiciem o planejamento integrado de recursos energéticos, desenvolvimento de estudos que propiciem o planejamento de expansão da geração e da transmissão de energia elétrica de curto, médio e longo prazos, realização de análises de viabilidade técnico-econômica e sócio-ambiental de usinas, bem como a obtenção da licença ambiental prévia para aproveitamentos hidrelétricos e de transmissão de energia elétrica (MME, 2009).

4.2.4. CMSE – Comitê de Monitoramento do Setor Elétrico

O CMSE é um órgão criado no âmbito do MME, sob sua coordenação direta, com a função de acompanhar e avaliar a continuidade e a segurança do suprimento elétrico em todo o território nacional (MME, 2009).

Suas principais atribuições incluem: acompanhar o desenvolvimento das atividades de geração, transmissão, distribuição, comercialização, importação e exportação de energia elétrica; avaliar as condições de abastecimento e de atendimento; realizar periodicamente a análise integrada de segurança de abastecimento e de atendimento; identificar dificuldades e obstáculos que afetem a regularidade e a segurança de abastecimento e expansão do setor e elaborar propostas para ajustes e ações preventivas que possam restaurar a segurança no abastecimento e no atendimento elétrico (MME, 2009).

4.2.5. Aneel – Agência Nacional de Energia Elétrica

A Aneel foi instituída pela Lei nº 9.427/96 e constituída pelo Decreto nº 2.335/97, com as atribuições de regular e fiscalizar a produção, transmissão, distribuição e comercialização de energia elétrica, zelando pela qualidade dos serviços prestados, pela universalização do atendimento e pelo estabelecimento das tarifas para os consumidores finais, sempre preservando a viabilidade econômica e financeira dos agentes e da indústria (ANEEL, 2009).

As alterações promovidas em 2004 pelo novo modelo do setor estabeleceram como responsabilidade da Aneel, direta ou indiretamente, a promoção de licitações na modalidade de leilão, para a contratação de energia elétrica pelos agentes de distribuição do Sistema Interligado Nacional (SIN) (ANEEL, 2009).

4.2.6. CCEE – Câmara de Comercialização de Energia Elétrica

A CCEE, instituída pela Lei nº 10.848/04 e criada pelo Decreto nº 5.177/04, absorveu as funções do MAE e suas estruturas organizacionais e operacionais. Entre suas principais obrigações estão: a apuração do Preço de Liquidação de Diferenças (PLD), utilizado para valorar as transações realizadas no mercado de curto prazo; a realização da contabilização dos montantes de energia elétrica comercializados; a liquidação financeira dos valores decorrentes das operações de compra e venda de energia elétrica realizadas no mercado de curto prazo e a realização de leilões de compra e venda de energia no ACR, por delegação da Aneel (CCEE, 2009).

4.2.7. ONS – Operador Nacional do Sistema

O ONS foi criado pela Lei nº 9.648, de 27 de maio de 1998, e regulamentado pelo Decreto nº 2.655, de 2 de julho de 1998, com as alterações do Decreto nº 5.081, de 14 de maio de 2004, para operar, supervisionar e controlar a geração de energia elétrica no SIN, e administrar a rede básica de transmissão de energia elétrica no Brasil (ONS, 2009).

Tem como objetivo principal, atender os requisitos de carga, otimizar custos e garantir a confiabilidade do sistema, definindo ainda, as condições de acesso à malha de transmissão em alta-tensão do país (ONS, 2009).

4.3. Análise Preliminar das Empresas Pesquisadas

Após a descrição detalhada do setor energético brasileiro esta seção inicia a etapa de análises propriamente ditas, sendo que seu objetivo específico é embasar muitas das conclusões ligadas à idéia de haver sempre uma racionalidade por trás da tomada de decisão em responsabilidade social corporativa por parte das companhias analisadas.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2008), o segmento de energia foi o que mais aumentou os investimentos em ativos fixos nos últimos cinco anos no País. Em 2007, somente o segmento de energia elétrica, registrou expansão de 26,04% em ativos de investimento para novas operações. Tomando o ano de 2002 como referência, o segmento contabiliza expansão de 145,03%.

Dados da Agência Nacional de Energia Elétrica - Aneel, de abril de 2008, indicam que o Brasil possui, no total, 1,7 mil empreendimentos em operação, gerando 100.760.775 kW de potência (ANEEL, 2009). Está prevista para os próximos anos uma adição de 26.765.476 kW na capacidade de geração do País, proveniente dos 115 empreendimentos atualmente em construção. Ainda segundo a Aneel, 70,7% da energia elétrica produzida no País são provenientes de fonte hidrelétrica (ANEEL, 2009).

Dados de 2008, publicados no Balanço Energético Nacional - BEN, (ANEEL, 2009) indicam que em 2007 a oferta interna de energia no Brasil cresceu 5,9%, taxa ligeiramente superior ao crescimento da economia que foi de 5,4%. Na mesma direção, de acordo com o BEN, o consumo nacional de energia também cresceu em

todos os setores de atividade, em especial na indústria, nos transportes, no setor agropecuário e no setor comercial. Em todos esses casos, as taxas de crescimento (sobre 2006) superaram 6%.

Segundo Colito (1998, p. 2) o desenvolvimento da política energética no Brasil tem dado exemplos de uma política de inundação de terras e expulsões das populações, pois desde a década de 50 até 1991, a Eletrobrás, por meio de suas subsidiárias e empresas privadas, já havia inundado mais de 3 milhões de hectares de terra para a formação de reservatórios. Ainda segundo a autora, o Plano Nacional de Energia Elétrica (1990-2015) demonstra a continuidade desse processo uma vez que prevê a construção, em diferentes regiões do Brasil, de 494 novas usinas hidrelétricas até 2015. Dessas 494 usinas, algumas estão em fase de construção, outras em fase de ampliação e outras ainda em fase de planejamento, pois esse plano vem sendo redimensionado a cada ano. Hoje, planejam-se esses empreendimentos com vistas até o ano 2030. Exemplo na mídia atual é a Usina de Belo Monte, primeira a ser construída no Rio Xingu, no estado do Pará, em área de alagamento prevista de 516 Km², mas que vem enfrentando a resistência de índios, ambientalistas e do Ministério do Meio Ambiente e suas licenças ambientais.

Neste contexto, as empresas do setor têm sido destaques na mídia e nos indicadores econômicos do país. Diante disso, elas passaram também a ser alvos de cobranças por parte do governo e da sociedade civil (cada vez mais organizada e exigente) para que tenham práticas responsáveis e sustentáveis, uma vez que a matéria prima delas vem da utilização de recursos naturais. Dessa forma, essas empresas estão passando por uma série de transformações, sejam devidas à expansão de mercado, ou ainda pela exigência de incorporação de práticas sustentáveis em suas operações, o que, infere-se, pode, em parte, explicar sua presença expressiva em ações de responsabilidade social, no âmbito do programa da BOVESPA.

Silva et al (2008, p. 5) afirmam que alguns estudos empíricos demonstram que práticas de RSC, conceituadas por meio de *disclosure* (evidenciação) das informações, indicadores, *ratings*, fundos de investimentos socialmente responsáveis, podem ser influenciadas por variáveis, tais como: tamanho da companhia, setor de atividade, concentração acionária. A seguir, em seu trabalho, os autores apresentam exemplos de trabalhos nesta linha, realizados

no Canadá, Nova Zelândia, Austrália e Estados Unidos. Todos os trabalhos incluem empresas do setor de energia como atuantes em *disclosure* de informações de responsabilidade social corporativa, e atribuem tal atuação ao setor em que atuam e ao potencial nocivo de suas ações à sociedade e ao ambiente, principalmente nas atividades de geração de energia.

Pode-se inferir que, no Brasil, com uma matriz geradora com ampla predominância de hidrelétricas e seus impactos, as empresas de energia também têm grande interesse em divulgar suas ações de responsabilidade social corporativa, no intuito de combater a má imagem que pode transparecer neste cenário. Nesta discussão preliminar encontra-se a presença da categoria ‘Imagem’, código INS-IM, como possível base para os discursos de responsabilidade social corporativa das companhias, além, é claro de preocupações com a categoria ‘Legal’, código INS-LG (vide leis de proteção ao meio-ambiente) e relacionamento com Governo (tanto como acionista quanto pelo poder de violência do Estado) e Agências Reguladoras em geral) e mesmo ‘Legitimidade’, código INS-LT, perante seus pares e a sociedade.

Outra análise que será de ajuda na etapa de conclusões deste trabalho está ligada ao tipo de ação de responsabilidade social que as empresas escolhidas têm. Analisando novamente as informações disponíveis no site do “Em Boa Companhia” e nos sites das oito empresas, foi montada a tabela 3, que traz a quantidade de projetos, dividida por áreas de atuação para cada uma das empresas consideradas.

Tabela 3 – Quantidade de ações de RSC por área de atuação.

Áreas de Atuação das Empresas	Número de Projetos	%	% FAC
Ambiental	55	18,21%	18,21%
Educação	52	17,22%	35,43%
Cultural	40	13,25%	48,68%
Cidadania	39	12,91%	61,59%
Capacitação profissional	34	11,26%	72,85%
Saúde	30	9,93%	82,78%
Comunidade	29	9,60%	92,38%
Outras	15	4,97%	97,35%
Esporte	8	2,65%	100,00%
Total	302	100,00%	-

Fonte: www.bovespa.com.br e sites das companhias. Tabela de construção própria.

Da análise da tabela 3 pode-se tirar algumas inferências. A grande concentração das ações de responsabilidade social corporativa das companhias está nas áreas ambiental (18,21%), educação (17,22%) e cultural (13,25%). No caso da responsabilidade social

corporativa ambiental, conforme se percebe pelo arcabouço legal e pelas constatações iniciais desta seção, as companhias têm obrigações de repor à natureza e à sociedade parte daquilo que é tomado pela instalação de seus equipamentos como hidrelétricas e termelétricas e também as redes de transmissão. Configuram, assim, as categorias Legal – código INS-LG, denotando preocupação com a legislação ambiental e legislação de incentivo à educação, Imagem – código INS-LT, denotada pelo gasto expressivo com ações culturais, que possibilitam merchandising e ‘propaganda’ institucional e maximização de recursos - código INS-MX, por meio de ações de capacitação profissional, cidadania e saúde, tendo em vista que tais ações, usualmente, resultam em empregados mais qualificados, menos gastos com reparação de problemas médicos, licenças e afastamentos e mau-uso dos equipamentos públicos das companhias.

No caso das ações de responsabilidade social corporativa de educação, conforme se pode verificar na análise dos detalhes dos balanços das companhias, a maior parte dos valores investidos está ligada à educação de seus empregados, valores que se juntam aos dispêndios na rubrica de capacitação profissional (11,26% do total gasto) para formar o capital investido em treinamento e desenvolvimento de profissionais, ou prospectivos profissionais. Um estudo realizado por Barros e Mendonça (1997) demonstrou que a educação e capacitação profissional, além dos impactos para a sociedade como um todo, representam benefícios diretos e indiretos para as empresas, seja em relação a crescimento econômico (15% a 30% de crescimento), e mesmo em relação ao aumento na qualidade da mão-de-obra (10% a 15%). Denota-se, neste caso, a categoria Maximização de recursos – código INS-MX, posto que as empresas buscam assim aumentar seus retornos diretos e indiretos por meio de empregados melhor treinados e mesmo uma comunidade mais bem preparada para fornecer a necessária mão-de-obra futura.

No caso dos dispêndios em responsabilidade social corporativa cultural, conforme já demonstrado trata-se de um dos setores que mais recebem incentivos governamentais na forma de isenção ou redução de impostos, como o Imposto de Renda a ser abatido nas ações culturais sob os auspícios da Lei Rouanet já citada neste trabalho. Ademais, conforme será demonstrado nas análises individuais, às ações de responsabilidade social corporativa em cultura resultam em publicidade para as companhias. Denota-se aqui a categoria Marketing – código INS-MK, categoria Imagem – código INS-IM e mesmo Maximização de recursos – código INS-MX.

4.4. Análise do Discurso das Companhias

Esta seção traz uma breve descrição de cada uma das empresas alvo da pesquisa, bem como a apresentação de suas principais ações de Responsabilidade social corporativa. A descrição das empresas, em maior ou menor grau de detalhes conforme a disponibilidade de informações para consulta foi útil na pesquisa para a montagem dos quadros comparativos e também para algumas análises deste capítulo e para as conclusões do capítulo 5 desta dissertação.

Além das avaliações dos projetos escolhidos, foi feita a análise, empresa por empresa, da racionalidade geral subjacente ao discurso de responsabilidade social corporativa das empresas. Para esta análise serão utilizadas informações obtidas nos balanços contábeis e sociais (ou de sustentabilidade, como algumas empresas o chamam), mas serão utilizadas também informações ligadas à legislação no setor em todos os níveis governamentais e a lista de códigos apresentada no apêndice 4.

O Balanço Social, que algumas empresas chamam de “Demonstração Social”, “Relatório Social” ou “Relatório de Sustentabilidade”, foi instituído por lei pela primeira vez na França, em 1977. No Brasil, ainda não é obrigatório embora exista o projeto de lei nº 3.166/97 datado de 14 de maio de 1997. Kroetz (2000, p. 87) explica que como ainda não é uma obrigatoriedade a demonstração do Balanço Social, as organizações “[...] divulgam os dados que entendem relevantes e da forma que melhor convém”. Assim, exceto nos países onde a publicação é obrigatória, a maioria dos Balanços Sociais não apresenta uniformidade na maneira de apresentar as informações, ao contrário dos balanços contábeis, obrigados à padronização pela CVM⁷ e Bovespa.

Nenhuma das empresas pesquisadas para a construção desta dissertação adota o mesmo padrão para a divulgação das informações ligadas à responsabilidade social corporativa. Isso dificulta comparações entre o desempenho efetivo das empresas, o que não é, de toda maneira, objetivo desta pesquisa.

Mas, cumpre ressaltar que neste campo, como ainda não há legislação obrigando as empresas a assim o fazerem, surge a possibilidade do cálculo utilitarista, comum à

⁷ CVM – Comissão de Valores Mobiliários. Autarquia Federal subordinada ao Ministério da Fazenda, foi criada através da Lei nº 6.385 de 7 de dezembro de 1976.

racionalidade instrumental na tomada da decisão de divulgar esta ou aquela informação, posto que foi constatado que as empresas pesquisadas incluem em seus balanços sociais apenas fatos positivos e situações em que houve melhorias nos indicadores entre um período e outro, como por exemplo, aumento percentual no número de empregados que tiveram acesso a bolsas de estudo, redução no absenteísmo devido a doenças ocupacionais etc.

Para todas as companhias envolvidas na pesquisa foi analisada a racionalidade subjacente ao discurso, buscando identificar recursos de linguagem que apresentassem certos traços, certos sinais de racionalidade substantiva ou instrumental em peças e materiais específicos de divulgação (balanços sociais e contábeis) de projetos de responsabilidade social corporativa.

Evitou-se aqui tomar tais instrumentos de divulgação, e considerar os traços/sinais de racionalidade nos recursos de linguagem presentes, como expressão da racionalidade substantiva ou instrumental em si mesmas, contudo procurou-se fazer algumas inferências sobre tais sinais nos recursos de linguagem, buscando identificar a predominância desta ou daquela.

De acordo com uma das leituras possíveis, discurso é a prática social de produção de textos. Isto significa que todo discurso é uma construção social, não individual, e que só pode ser analisado considerando seu contexto histórico-social, suas condições de produção; significa ainda que o discurso reflete uma visão de mundo determinada, necessariamente, vinculada à dos seus autores e à sociedade em que vivem (BARDIN, 2009), o que novamente justifica a contextualização realizada nesta pesquisa.

Também é importante citar a visão expressa por Foucault (1998) de que a verdade e o poder estão mutuamente interligados, mediante práticas contextualmente específicas, que por sua vez, estão intimamente interligadas à produção do discurso, que é “regulado, selecionado, organizado e redistribuído” (FOUCAULT, 1998, p. 8). Ou seja, o discurso, analisado, pode ser utilizado para captar o dito e o não-dito.

Finalmente é importante acrescentar que segundo Mikhail Bakhtin (1986, p. 113) o discurso é o ponto de articulação entre os fenômenos lingüísticos e os sócio-históricos. Completando este pensamento do filósofo russo, podemos concluir que:

“discurso não é a língua e nem a fala, mas, como uma exterioridade implica-as para a sua existência material; realiza-se, então, por meio de uma materialidade lingüística, cuja

possibilidade firma-se em um, ou vários sistemas (lingüísticos e/ou semióticos) estruturalmente elaborados” (FERNANDES, 2005, p. 24).

Assim, o estudo discursivo considera, em suas análises, não apenas o que é dito em dado momento, mas as relações que esse dito estabelece com o que já foi dito antes e, até mesmo, com o não-dito, atentando, também, para a posição social e histórica dos sujeitos e para as formações discursivas às quais se filiam os discursos (BARDIN, 2009).

Desta maneira as próximas subseções (4.4.1 a 4.4.8) trazem a identificação das companhias pesquisadas, com breve contextualização introdutória de cada uma das oito empresas, a apresentação das iniciativas de responsabilidade social corporativa escolhidas do site em ‘Boa Companhia’ e uma análise detalhada do discurso, com a utilização das categorias e indicadores montados para este fim. Logo depois é realizada uma análise geral do discurso ligado à responsabilidade social corporativa, tendo sempre como base de consulta os balanços sociais e contábeis de cada empresa.

4.4.1. CEMIG – Centrais Elétricas de Minas Gerais⁸

A Cemig atua nas áreas de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica e soluções energéticas. O Grupo Cemig é constituído por 49 empresas e dez consórcios, sendo controlado por uma holding, com ativos e negócios em vários estados do Brasil. Possui, também, investimentos em distribuição de gás natural, transmissão de dados e está construindo uma linha de transmissão de energia elétrica no Chile (CEMIG, 2009).

Na área de distribuição de energia elétrica, a Cemig é responsável por aproximadamente 12% do mercado nacional. O Grupo Cemig atua em Minas Gerais e em mais 15 estados brasileiros e no Chile. Em 2006, a empresa adquiriu cerca de 25% da Light, distribuidora de energia que atende à capital do Rio de Janeiro e outros municípios fluminenses. Tem, ainda, participação acionária na TBE – Transmissora Brasileira de Energia, que possui e opera linhas de transmissão no Norte e Sul do País (CEMIG, 2009). A Cemig é uma empresa mista de capital aberto, controlada pelo Governo de Minas com 59% das ações com direito a voto (Ordinárias). As ações da Empresa estão listadas nas Bolsas de São Paulo, Nova Iorque e Madri (Latibex). Nos últimos quatro anos, o valor de mercado da Cemig passou de R\$ 4 bilhões para R\$ 20 bilhões (CEMIG, 2009).

⁸ A menos que mencionado todas as informações aqui apresentadas têm como fonte o site institucional da empresa. www.cemig.com.br, acessado em 29/09/2009.

A Empresa é responsável pelo atendimento a cerca de 18 milhões de pessoas em 774 municípios de Minas Gerais e pela gestão de uma rede de distribuição de energia elétrica com mais de 400 mil km de extensão. O parque gerador da Empresa é formado por mais de 64 usinas hidrelétricas, térmicas e eólicas (CEMIG, 2009).

No tocante à responsabilidade social corporativa, além de pertencer ao “Em boa Companhia” da Bovespa, encontra-se, há nove anos, no Índice Dow Jones de Sustentabilidade. A Empresa é também uma das três empresas brasileiras que integram o grupo do índice Global Dow, lançado em novembro de 2000 nos Estados Unidos, com o objetivo de servir de referência para os mercados mundiais, de forma similar à do Índice Dow Jones da Bolsa de Nova York. O índice Global Dow inclui 150 empresas de 25 países. Do Brasil, o índice listou a Cemig, Petrobrás e a Vale, apenas (GOVERNO DE MINAS GERAIS, 2008).

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação por parte do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa e sua divulgação no site. Em função da baixa frequência de algumas empresas na inserção de ações no “Em Boa Companhia” foi feita a análise de outras ações de responsabilidade social corporativa mais relevantes das companhias, para tornar o estudo menos restrito. As ações de Responsabilidade Social da CEMIG escolhidas para análise foram:

Quadro 7 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CEMIG - 01

Projeto Programa Filme em Minas	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Platéias, produtores, atores, técnicos, diretores cinematográficos, videomakers, roteiristas etc.
Objetivo	Criado em 2003, em conjunto com a Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais, o programa visa ao fomento da indústria do audiovisual no estado.
Investimento	R\$ 4.000.000,00/Ano.
Período de Realização	Permanente
Descrição	
O Programa “Filme em Minas” objetiva ao fomento do audiovisual em Minas Gerais. Foi criado em 2003 e seu edital, que é publicado a cada dois anos, apresenta critérios que resultam na regionalização dos projetos inscritos: as produtoras, os diretores, a maioria dos técnicos e atores e as locações devem ser mineiros. Além disso, o programa alcança todos os segmentos dessa indústria. São premiados longas e curtas metragens, documentários, vídeos, novos formatos, pesquisa e desenvolvimento de projetos, publicações, digitalização de acervos, finalização e distribuição de filmes.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS – MX	A Lei 6.685/93, conhecida por Lei de Incentivo ao Audiovisual, permite que as pessoas jurídicas abatam até 3% do IR a título de doações para iniciativas como esta. No caso

	da CEMIG, comparando o LAJIR ⁹ 2008 aos valores doados, temos que os valores estipulados estão abaixo dos 3% máximos para abatimento. Assim a CEMIG consegue patrocinar o evento e descontar todo o valor do que pagaria em IRPJ. Projetos não aprovados pela Lei citada não são contemplados, conforme regras estabelecidas pela CEMIG.
INS – MK	Eventos culturais dão grande visibilidade. O Edital de abertura das inscrições aos Prêmios informa especificamente que “os produtos contemplados pelo presente Programa, bem como suas peças de divulgação, deverão trazer, de forma destacada, as logomarcas do Filme em Minas – Programa de Estímulo ao Audiovisual, da Cemig e do Governo do Estado de Minas Gerais/ Secretaria de Estado de Cultura.”
INS - LG	Analisando os Programas de Governo do Estado de Minas Gerais encontra-se específica referência a este programa como sendo iniciativa do Governo Estadual.
INS - ES	A decisão de atuar em RSC está incluída no planejamento da CEMIG e leva em consideração, conforme já apresentado, os limites máximos a serem abatidos do IRPJ. Ademais, o patrocínio contempla decisão superior do principal acionista da Empresa, o Governo de Minas Gerais.
INS - IM	Além de melhorar sua imagem junto ao público mineiro, a CEMIG, e seus dirigentes, melhoram sua imagem diante do principal Stakeholder, que é o Governo de Minas Gerais, detentor de mais de 50% das ações com direito a voto.

Quadro 8 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CEMIG - 02

ASIN/Cemig - Ações Sociais Integradas	
Área de Atuação	Comunidade
Público-Alvo	Crianças, adolescentes e idosos das comunidades carentes dos Municípios do Estado de Minas Gerais, onde a Cemig atua.
Objetivo	Sistematizar e incentivar o trabalho voluntário dos empregados da Cemig, nas comunidades onde a empresa atua, buscando implementar ações e projetos sustentáveis.
Investimento	N/D ¹⁰
Período de Realização	Permanente
Descrição	
O Projeto Asin foi criado, em setembro de 2000, para sistematizar e incentivar o trabalho voluntário dos empregados da Cemig, com o objetivo de ampliar o alcance de iniciativas existentes.	
O Asin enfoca o desenvolvimento social, visando à sustentabilidade, e atua nas áreas de educação, saúde, meio-ambiente e ação comunitária, preferencialmente. A prioridade é a educação. Desde sua criação o projeto já cadastrou cerca de mil voluntários e mantém parceria com aproximadamente 120 instituições. Desde 2001, cerca de 70 Conselhos de Direitos da Criança e do Adolescente têm sido beneficiados com recursos provenientes do “Projeto AI6% - Formando Cidadãos”, uma parceria do Asin com a Associação Intergerencial da Cemig (AIC), que prevê a destinação de até 6% do Imposto de Renda devido dos empregados para os Fundos da Infância e da Adolescência (FIA).	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	O site da CEMIG informa que o “projeto Asin tem beneficiado aproximadamente 25.000 pessoas, em toda Minas Gerais, entre crianças, adolescentes e idosos. Considerando que a Cemig está presente em 4.131 povoados e em 774 dos 853 Municípios do Estado, o que representa 90% dos municípios mineiros.” O programa já recebeu diversos prêmios municipais e estaduais, em que se destaca a marca CEMIG associada a ações de RSC.

⁹ LAJIR – Lucro Antes do Imposto de Renda – Trata-se do lucro operacional somado ao lucro não operacional calculado antes de se retirar o IRPJ anual.

¹⁰ N/D: Informações não disponíveis para consulta.

INS - ES	O Projeto Asin (Ações Sociais Integradas) foi criado, em setembro de 2000, para sistematizar e incentivar o trabalho voluntário dos empregados da Cemig. Nas comunidades onde a empresa atua, são implementadas ações para capacitar, orientar e integrar os voluntários. A base financeira utilizada é de 6% do IRPF devido pelos empregados.
INS - IM	Principalmente nas áreas em que atua a CEMIG traz impactos sociais e ambientais. Nas áreas alagadas com geradoras esta situação se faz presente ainda com mais acentuação. Programas como os desenvolvidos buscam integrar a Empresa à comunidade, reduzindo, pelo menos, a percepção do impacto.

Quadro 9 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CEMIG - 03

Projeto Fred	
Área de Atuação	Cidadania
Público-Alvo	O projeto atende detentos de penitenciárias mineiras, soropositivos, adolescentes carentes e em risco social.
Objetivo	O projeto Fred objetiva proporcionar reintegração social, laborterapia e cidadania a detentos, soropositivos e adolescentes em risco social.
Investimento	R\$ 180.000,00/Ano.
Período de Realização	Permanente
Descrição	
O Projeto Fred foi criado há cerca de 10 anos, para realizar oficinas de tapeçaria em penitenciárias dentro do conceito de laborterapia. Já acontece nas unidades das penitenciárias Nelson Hungria, Ipaba e Neves. Posteriormente, vieram as oficinas de dança voltadas para jovens em risco social em cidades da região metropolitana de Belo Horizonte.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	O projeto Fred, conforme informações do Jornal A Folha de Contagem, é um dos mais premiados do Brasil neste segmento. Em todos os eventos, conforme estipula a CEMIG na condição de patrocinadora, deverá estar estampada a marca da Empresa.
INS -LG	O Governo do Estado de Minas Gerais tem ações, dentro da Secretaria de Segurança Pública que visam à inserção dos detentos na sociedade. No site do governo de Minas o projeto Fred consta como uma das iniciativas apoiadas, dentro desta iniciativa da SSP/MG, embora custeado com recursos da CEMIG.

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da CEMIG, como das demais empresas será realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente. Esta mesma regra valeu para as demais companhias analisadas nesta pesquisa.

I. INS-IM Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os stakeholders.

Identificação CEMIG: Positiva.

Explicação I: Um dos prêmios que a CEMIG lista é a inclusão da empresa no JISI –

Jones Sustainability World Index¹¹ da carteira DOW. O índice é dado a empresas com ações na NYSE – New York Stock Exchange (Bolsa de Valores de Nova Iorque). Conforme mostra o balanço da EDP, também analisado nesta pesquisa, muitos investidores escolhem empresas em que investir, dentre as 320 no mundo que estão no INDEX. Veja excerto da demonstração de resultados sociais da CEMIG: "A CEMIG continua sendo a única empresa do setor elétrico da América Latina a fazer parte desse índice internacional, desde 2000, quando foi anunciada a primeira edição do índice. Fazer parte do DJSI World reflete o compromisso da CEMIG com o desenvolvimento sustentável empresarial na condução de suas atividades, incluindo práticas de governança corporativa, respeito ao meio ambiente e ao bem-estar da sociedade com a efetiva criação de valor para os acionistas" (CEMIG, 2009).

Explicação II: A CEMIG introduz as ações de responsabilidade social em seu planejamento estratégico como medidas que sejam sustentáveis ou tenham retorno para a empresa. Seja pelo abatimento em impostos, seja pelo ganho de imagem junto aos stakeholders. Demonstração disso é a declaração da página 03 do Relatório Anual da CEMIG: "*Além disso, buscamos a geração de valor para os nossos acionistas e a comunidade a que servimos, através da nossa consistente política de dividendos; responsabilidade social e ambiental; lucratividade dos nossos negócios; gestão integrada de riscos; gerenciamento do desempenho de nossas atividades operacionais e gestão do capital humano.*" (CEMIG, 2009)" que evidencia a presença deste elemento de racionalidade instrumental.

II. INS-LG –Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação CEMIG: Positiva

Explicação: Outra ação de 'RSC' da CEMIG que não aparece no "Em Boa Companhia" é de patrocínios culturais com uso de incentivos fiscais da Lei Rouanet¹², conforme demonstra informação retirada da pg. 09 da demonstração social da empresa: "Em 2008, a CEMIG patrocinou, por meio das leis de incentivos culturais, 133 projetos, sendo 48 deles com maioria de recursos próprios, através (sic) do art. 26 da Lei Rouanet de Incentivo a Cultura. A seleção dos projetos é realizada em parceria com a Secretaria de Estado da Cultura, no Programa "CEMIG Cultural", o que representa um esforço claro de apoio na construção a uma política pública de investimentos culturais" (CEMIG, 2009). O Estado de Minas Gerais, na condição de acionista majoritário, utiliza recursos da CEMIG para promover políticas públicas e a não concordância da empresa poderia gerar sanções.

III. INS-LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem

¹¹ "O Dow Jones Sustainability Index nasceu em 1999 como o primeiro indicador bolsista da performance financeira das empresas líderes em sustentabilidade em nível global. As empresas que constam deste Índice, indexado à bolsa de Nova Iorque, são classificadas como as mais capazes de criar valor para os acionistas, a longo prazo, mediante uma gestão dos riscos associados tanto a fatores econômicos, como ambientais e sociais. A importância dada pelos investidores a este índice é reflexo de uma preocupação crescente das empresas e grupos econômicos com um mundo sustentável. A sua performance financeira está, desta forma, intrinsecamente associada ao cumprimento de requisitos de sustentabilidade que atravessam todas as áreas da vida empresarial e que cruzam aspectos econômicos, sociais e ambientais" (Fonte: Balanço Social EDP, 2008).

¹² Ver apêndice sobre leis e normas aplicáveis ao setor. Apêndice 1.

dar legitimidade a uma organização perante seus pares.

Identificação CEMIG: Positiva

Explicação: Há muitos pares da CEMIG na sua relação com a sociedade em geral e o Governo em particular.

IV. INS-DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação CEMIG: Positiva

Explicação: Evidência deste comportamento é a iniciativa da CEMIG, elencada como prática de RSC, de criar um Manual Técnico com as diretrizes corporativas em conformidade com a OHSAS¹³ 18001:2007, cuja meta é a redução do absenteísmo, que no ano de 2008 foi de 10,84%, conforme declarado no relatório de RSC (CEMIG, 2009).

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem à maximização dos recursos sem questionamentos éticos no tratamento dos recursos.

Identificação CEMIG: Positiva

Explicação: A CEMIG, embora não apareça dentro das ações listadas no “Em Boa Companhia” tem uma série de outras ações de RSC, o que explica a diferença entre os valores gastos naquelas ações e os valores totais informados nos demonstrativos financeiros. Um bom exemplo da identificação deste código é a ação de “responsabilidade social” chamada de Conviver. Esta ação “contribui para aumentar e melhorar a integração e convivência da CEMIG com as comunidades atendidas, procurando solucionar pendências relacionadas à conta de luz, analisando possíveis parcelamentos de débitos para aquelas contas que se encontram inadimplentes, e dúvidas quanto à obtenção da tarifa social e a isenção de ICMS. Atua, ainda, na regularização das unidades consumidoras, na disseminação de dicas de economia, na agilização de novas ligações e na análise de situações de riscos que envolvam eletricidade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável dos aglomerados” (CEMIG, 2009). Em outras palavras, maximizar o uso dos recursos da CEMIG, inclusive diminuindo a inadimplência e ligações clandestinas à rede elétrica.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação CEMIG: Positiva

Explicação: As ações sociais 'Campos de Luz' e 'Luz do Saber' são evidência de como a CEMIG tem utilizado a RSC como estratégia de divulgação de suas atividades e

¹³ OHSAS é uma sigla em inglês para Occupational Health and Safety Assessment Series, cuja tradução é Série de Avaliação de Saúde e Segurança Ocupacional. Assim como os Sistemas de Gerenciamento Ambiental e de Qualidade, o Sistema de Gestão de Segurança e Saúde Ocupacional também possui objetivos, indicadores, metas e planos de ação.

também de aumento de sua receita. Veja excerto da pg. 08 de suas demonstrações financeiras: “Iniciativas concretas, como os programas Campos de Luz, concluído em dezembro de 2008 tendo como resultado final 602 campos iluminados, beneficiando a prática esportiva em 377 municípios do Estado e o Luz no Saber, demonstram, na prática, que a energia é um insumo necessário não apenas à transformação de matérias-primas e à produção de bens, mas também à qualidade de vida e ao funcionamento de equipamentos de uso comum, como escolas e centros culturais e recreativos” (CEMIG, 2009).

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação CEMIG: Positiva

Explicação I: Fato denotado pelos Prêmios conquistados pela CEMIG em seus projetos de RSC. A inscrição em tais certames ocorre como uma busca de reconhecimento institucional. Em seu Relatório Anual a CEMIG elenca também outros reconhecimentos e retornos obtidos por suas ações, como o citado a seguir: “Outro reconhecimento das ações de responsabilidade social da CEMIG foi a inclusão da Empresa, a partir de 2005, no grupo de trabalho para a criação da ISO 26.000 – Responsabilidade Social, a convite da International Organization for Standardization – ISO, do Instituto Ethos e da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT e com previsão de conclusão para 2010” (CEMIG, 2009).

Explicação II: Outro trecho do Balanço que sugere a inserção das ações nesta categoria pode ser encontrado na pg. 03 do demonstrativo da CEMIG: “A determinação da contribuição da marca ao negócio foi feita a partir de uma pesquisa quantitativa junto aos públicos, avaliando o desempenho da Marca CEMIG nos seguintes *drivers* de valor: Credibilidade, Confiança & Solidez da empresa, Inovação e Tecnologia, Ética e Transparência, Qualidade, Práticas de Gestão, Desenvolvimentista, Imagem, Tarifa/Condições de Contrato, Suporte Técnico/Atendimento, Responsabilidade Socioambiental e Associação com o Estado” (CEMIG, 2009).

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação CEMIG: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação CEMIG: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação CEMIG: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação CEMIG: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação CEMIG: Negativa

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação CEMIG: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a CEMIG tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, na base das categorias traçadas para esta análise.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Identificação CEMIG: Negativa

Além das análises pautadas pelos códigos é necessário tentar compreender o significado do discurso vinculado às ações de responsabilidade social da CEMIG, como as analisadas para a pesquisa. A CEMIG não tem ações de RSC dirigidas a público que não seja aquele residente em áreas em que ela atua comercialmente, como de resto ocorre com todas as companhias desta análise. É possível inferir que a empresa busca limitar suas ações de responsabilidade social corporativa a áreas em que atua, como atenuante dos impactos causados por sua presença. Isso é tanto mais verdade no caso das unidades de geração de energia, tendo em vista que elas constroem e operam usinas hidrelétricas e/ou termelétricas que têm grandes impactos na natureza e sociedade em geral.

Neste sentido Inatomi e Udaeta (2007, p. 3) mostram que “Em geral, as termelétricas são instaladas próximas a leitos de rios ou mar, pois a água é utilizada no processo de condensação do vapor. Isto acarreta a elevação da temperatura da água onde termelétricas são instaladas, pois esta é devolvida mais quente, o que pode comprometer a fauna e a flora da região, além de aumentar também a temperatura média local.” Também é sabido que as usinas termelétricas geram energia a partir da queima de combustíveis, e são “vorazes consumidoras de diesel ou carvão, e importantes fontes de gás carbônico e óxidos de nitrogênio e de enxofre, poluentes que acentuam o efeito estufa e acarretam chuvas ácidas” (FAVARETTO, 1999). Mesmo as energias de origem hídrica, tidas como limpas, segundo Inatomi e Udaeta (2007, p. 5):

“interferem drasticamente no meio ambiente devido à construção das represas, que provocam inundações em imensas áreas de matas, interferem no fluxo de rios, destroem espécies vegetais, prejudicam a fauna, e interferem na ocupação humana. As inundações das florestas fazem com que a vegetação encoberta entre em decomposição, alterando a biodiversidade e provocando a liberação de metano, um dos gases responsáveis pelo efeito estufa e pela rarefação da camada de ozônio.”

Os mesmos autores mostram também que as energias eólica e fotovoltaica (solar) também têm impactos grandes sobre a fauna e a utilização de espaços geográficos (INATOMI e UDAETA, 2007, p. 9). Ou seja, os impactos ambientais e sociais das empresas de energia costumam ser muito grandes. Reduzir tais impactos, ou atenuar os efeitos com paliativos revelou-se, por meio da pesquisa, prática comum entre as oito empresas e a CEMIG não é diferente.

Ademais, conforme o Manual de Organização da CEMIG (CEMIG, 2009, p. 2), a comunicação daquela empresa "considera e atua alinhada às políticas públicas estabelecidas pelo Estado, em especial aquelas vigentes para o setor de energia e também nas áreas onde atua ou investe, contribuindo com o desenvolvimento — cultura, esportes, desenvolvimento econômico e social etc." (CEMIG, 2009). Esta declaração é uma possível indicação de que a empresa é utilizada pelo Governo de Minas Gerais para viabilizar certas de suas políticas públicas. Exemplos disso aparecem no quadro 10.

Quadro 10 - Comparação entre as Políticas de Governo e Ações da CEMIG

Políticas do Governo – MG	Ações da CEMIG
Centro de Excelência em Qualidade da Água: O estado de Minas Gerais possui uma rede composta por 17 bacias hidrográficas, com rios que são fonte de abastecimento para o consumo humano e insumo básico para a atividade industrial do Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil. Portanto, a qualidade da água é tema de extrema importância para empresas e órgãos públicos na gestão sustentável dos recursos hídricos.	Programa Peixe Vivo: A Cemig realiza o monitoramento da qualidade da água nos reservatórios de suas 63 usinas, sendo 55 em Minas Gerais, utilizando cerca de 5 mil estações de coleta, tendo assinado um protocolo com o objetivo de assegurar as condições para a implantação do centro.
Programa de Eletrificação Rural em Minas Gerais. Ação estadual para universalização da iluminação elétrica.	Programa Luz no Campo , descrito como ação de responsabilidade social no Demonstrativo Anual da CEMIG.
Fórum Mineiro de Mudanças Climáticas: instrumento criado pelo Estado para discutir e propor, em conjunto com a sociedade, políticas públicas que minimizem os impactos das mudanças climáticas globais.	Assinatura de Mensagem determinando Ao Conselho de Administração da Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) a tomar providências imediatas para o incremento das pesquisas em energias renováveis , com atenção especial à energia eólica. Caberá à Cemig realizar mapeamento do potencial eólico do Estado de Minas Gerais, com vistas à identificação de áreas promissoras para a exploração desse insumo energético.
Programas de Incentivo Cultural: política da Secretaria de Cultura do Estado, visando disseminar a cultura entre a população mineira.	Projeto Programa Filme em Minas (um dos cases analisados nesta pesquisa): Criado em 2003, em conjunto com a Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais, o programa visa ao fomento da indústria do audiovisual em

Fonte: Sites do Governo Estadual de MG e site da CEMIG. Quadro de construção própria.

É importante ressaltar que as parcerias apresentadas neste quadro ocorrem dentro do previsto em Leis Federais e Estaduais e que a comparação é realizada apenas para demonstrar a clara identificação da racionalidade instrumental subjacente às ações de responsabilidade social corporativa da CEMIG, podendo se encaixar nos indicadores INS-LG (caso os administradores da CEMIG não cumpram o estabelecido pelo Governo podem ser demitidos), INS – IM (a CEMIG consegue maiores facilidades junto ao Governo — principal *stakeholder* — da empresa) e até mesmo INS – LT (posto que há muitos pares da CEMIG em sua relação com o Governo).

4.4.2. CELESC – Centrais Elétricas de Santa Catarina

A Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – Celesc, é uma sociedade de economia mista, controladora de empresas concessionárias de serviços de geração e distribuição de energia elétrica. Atualmente, sua área de atuação corresponde a quase 92% do território catarinense, além do atendimento ao município de Rio Negro, no Paraná (CELESC, 2009).

Recém-estruturada no formato de holding, em atenção ao novo marco regulatório do Setor que obriga a desverticalização das atividades de concessão de serviço público de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica, a companhia controla, desde outubro de 2006, participações societárias em atividades afins do seu negócio e duas subsidiárias: a Celesc Distribuição S.A. e a Celesc Geração S.A (CELES, 2009).

A subsidiária de distribuição é responsável pela prestação dos serviços de energia elétrica para uma carteira formada por mais de dois milhões de clientes e cada unidade consumidora utiliza, em média, 503,29 kWh/mês, o maior índice da região Sul do País. Trata-se de um mercado pródigo, de economia bastante diversificada. No total, a empresa comercializa mais de 1 bilhão de kWh mensalmente e seu faturamento bruto anual está na casa dos R\$ 4,2 bilhões. A subsidiária de geração, prestes a formar parceria com parceiros privados, administra a operação de 12 PCHs, que formam o parque de geração própria, com potência instalada de 80,9MW (CELESC, 2009).

A Celesc foi criada em 9 de dezembro de 1955 pelo Decreto Estadual nº 22. Na época, a necessidade energética do Estado era suprida por pequenos e médios sistemas elétricos

regionalizados, geralmente mantidos pela iniciativa privada, que foram construídos a partir do início daquele século (CELESC, 2009).

Segundo informações obtidas no site da Bovespa as ações de responsabilidade social corporativa da CELESC se pautam pelo “estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais” (BOVESPA, 2009).

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação por parte do Programa ‘Em Boa Companhia’ da Bovespa e sua divulgação no site. Em função da baixa frequência de algumas empresas na inserção de ações no ‘Em Boa Companhia’ foi feita a análise de outras ações de responsabilidade social corporativa principais das companhias, para tornar o estudo mais representativo. As ações de responsabilidade social corporativa da CELESC escolhidas para análise são:

Quadro 11 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CELESC - 01

Tô Ligado	
Área de Atuação	Capacitação Profissional
Público-Alvo	Dirigido a 41 jovens, com idade entre 16 e 24 anos, moradores da periferia da grande Florianópolis.
Objetivo	Promover, por meio de capacitação e ações dirigidas, a inserção de jovens em situação de vulnerabilidade social no mercado de trabalho, estimular o desenvolvimento pessoal e combater a violência.
Investimento	R\$ 23.600,00/Ano.
Período de Realização	Período de Realização 09/2005 até 01/2007.
Descrição	
Construído a partir de uma parceria entre o Ministério do Trabalho e Emprego, o Centro Cultural Escrava Anastácia- CCEA, a Associação Catarinense de Construtores de Obras em Redes de Energia Elétrica - ACECORE e a Celesc, o projeto teve início em 29 de setembro de 2005 com o objetivo de capacitar 41 jovens, com idade entre 16 e 24 anos, do sexo masculino, moradores da periferia, com pouca escolaridade e em situação de vulnerabilidade social.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	Conforme informações do site da CELESC o projeto vai conceder à Empresa o prêmio de Empresa Cidadã 2009 concedido pela Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil – ADVB/SC às empresas catarinenses com projetos de destaque na área de responsabilidade social.
INS - IM	O projeto atende somente públicos que residam em locais com atuação da CELESC.

Quadro 12 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CELESC - 03

Projeto Energia do Futuro: Aquecedor Solar c/ Descartáveis	
Área de Atuação	Ambiental
Público-Alvo	Comunidades de baixa renda e entidades sociais que trabalham com a inclusão de jovens em situação de risco social.

Objetivo	Promover, por meio de capacitação e ações dirigidas, a inserção de jovens em situação de vulnerabilidade social no mercado de trabalho, estimular o desenvolvimento pessoal e combater a violência.
Investimento	R\$ 23.600,00/Ano.
Período de Realização	Período de Realização 09/2005 até 01/2007.
Descrição	
O projeto piloto do sistema de aquecimento solar foi instalado na Casa Familiar do Mar em Laguna (SC). Esta instituição capacita 30 jovens para a profissão de pescador, em período integral, estimulando a permanência deles na comunidade e a preservação dos valores culturais locais.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	A CELESC, além do Manual do Aquecedor Solar, inclui sua marca em todos os locais em que o invento é instalado, além de fazer a divulgação em jornais locais e estaduais.
INS - IM	O projeto atende somente públicos que residam em locais com atuação da CELESC.

Quadro 13 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CELESC - 02

Projeto Jovem Aprendiz	
Área de Atuação	Cidadania
Público-Alvo	Jovens de 14 a 18 anos em situação de vulnerabilidade social.
Objetivo	Proporcionar aos jovens oportunidades de aprendizado, por meio de formação técnico-profissional, compatível com o seu desenvolvimento físico, moral e psicológico, executando as tarefas necessárias para essa formação na Empresa.
Investimento	R\$ 23.600,00/Ano.
Período de Realização	06/2006 até 12/2007.
Descrição	
O Projeto Jovem Aprendiz está baseado no Objetivo nº 9 do Contrato de Gestão da Celesc, bem como nas Portarias da ANEEL nº 444/2001 e 148/2004, buscando atender também a orientação do Ministério Público Estadual no sentido de contribuir na formação de jovens de acordo com o que prevê a Lei Federal 10.097/2000. Integrado ao Programa Celesc de Responsabilidade Social, o Projeto Jovem Aprendiz teve início em junho de 2006, contemplando 23 jovens. Os jovens cumprem a carga horária de 20 horas semanais. O período do contrato do jovem aprendiz é de 2 anos, com carteira de trabalho assinada na categoria de aprendiz.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - LG	A CELESC, ao tomar esta ação de RSC acatou TAC – Termo de Ajuste de Conduta para cumprimento de Lei Federal que determina a adoção de regras para a contratação obrigatória de jovens aprendizes. Todas as empresas analisadas têm programas similares, posto que se encaixam nos ditames da lei. Algumas consideram a prática como RSC e outras não.

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da CELESC, bem como das demais empresas, será realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da detecção de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente.

Em comparação com a CEMIG, o trecho das Demonstrações Financeiras da CELESC dedicado à responsabilidade social apresenta uma quantidade limitada de informações, trazendo menos elementos para análise de discurso.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os stakeholders.

Identificação CELESC: Positiva.

Explicação I: O relatório da Administração da CELESC de 2008 aponta que a Empresa foi intermediadora de 117 ações de responsabilidade social do Governo do Estado de Santa Catarina (CELESC, 2009).

Explicação II: A CELESC introduz as ações de Responsabilidade Social em seu planejamento estratégico como medidas que sejam sustentáveis ou tenham retorno para a empresa. Seja pelo abatimento em impostos, seja pelo ganho de imagem junto aos stakeholders. Demonstração disso é a declaração da página 03 do Relatório Anual da CELESC: “*Além disso, buscamos a geração de valor para os nossos acionistas e a comunidade a que servimos, através da nossa consistente política de dividendos; responsabilidade social e ambiental; lucratividade dos nossos negócios; gestão integrada de riscos; gerenciamento do desempenho de nossas atividades operacionais e gestão do capital humano.*” Evidencia a presença deste elemento de racionalidade instrumental (CELESC, 2009).

Explicação III: Novamente na página 08 de seu Relatório da Administração a CELESC informa que: “Em relação à *educação do trabalhador*, a Empresa renovou parceria com a Secretaria de Estado da Educação, para que os empregados com nenhuma ou baixa escolaridade fossem contemplados pelo *programa de Educação de Jovens e Adultos*, incentivando a qualificação profissional e a elevação da autoestima. Ressaltamos que esse é um Programa Estadual e que beneficia também moradores do entorno, além de ser estendido também ao trabalhador terceirizado” (CELESC, 2009). Esta informação realça claramente a motivação da empresa nesta e em outras várias ações de responsabilidade social corporativa informadas no documento analisado.

II. INS-LG –Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação CELESC: Positiva

Explicação: Também na página 26 de seu demonstrativo financeiro a CELESC informa um dos motivadores de suas iniciativas de responsabilidade social corporativa: “No âmbito estratégico-administrativo, foi formado grupo de trabalho com o objetivo de elencar as ações necessárias para a Celesc alcançar certificação pela Norma internacional- Social Accountability – SA8000, que trata dos requisitos para as corporações implantarem políticas de direitos sociais e humanos, atendendo a convenções da Organização Internacional do Trabalho – OIT” (CELESC, 2009).

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.

Identificação CELESC: Negativa

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação CELESC: Negativa

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação CELESC: Positiva

Explicação: Citado como ação de RSC, o **Projeto Sou Legal. To Ligado** (p. 26), que foi estruturado para ações de estímulo ao uso consciente da energia elétrica, é na verdade, como se ocorrer com todas as companhias elétricas, maneira, dentre outras, de coibir ligações clandestinas, compartilhamento de medidores e outras práticas que, se nocivas à sociedade, trazem prejuízo direto à Empresa.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação CELESC: Positiva

Explicação I: A CELESC introduz as ações de Responsabilidade Social em seu planejamento estratégico como medidas que sejam sustentáveis ou tenham retorno para a empresa. Seja pelo abatimento em impostos, seja pelo ganho de imagem junto aos stakeholders. Demonstração disso é a declaração da página 26 do Relatório Anual da CELESC: “Para atender aos indicadores sociais externos, a Celesc desenvolve projetos que contribuem, efetivamente, para a construção de oportunidades reais de desenvolvimento humano e social em comunidades de baixa renda, visando atendimento aos direitos básicos como alimentação, moradia, saúde, educação, trabalho, renda, lazer e cultura.” E também na p. 26: “Também foi dado início à implantação de software para coleta dos indicadores de responsabilidade social empresarial, em conformidade com os modelos estabelecidos pela Aneel, pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, Instituto Ethos e pelo Global Reporting Initiative – GRI” (CELESC, 2009).

Explicação II: percebido pelo informado na pg. 06 do Relatório da Administração: “Com o objetivo de prevenir e reduzir o número de acidentes, estão sendo implementados programas como o Diálogo Diário de Segurança, no qual se reforçam padrões e normas preventivas. A Divisão de Saúde e Segurança do Trabalho, de modo geral, atuou muito próxima às Comissões Internas de Prevenção de Acidentes” (CELESC, 2009). Esta ação, meramente de controle de perdas diretas e indiretas por causa de acidentes, é apontada como ação de responsabilidade social corporativa, no discurso da Empresa.

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação CELESC: Positiva

Explicação I: Fato confirmado pela informação encontrada na página 27 do Balanço

Social da CELESC: “A Celesc voltou a ser destaque na Pesquisa de Responsabilidade Social Empresarial da Região Sul, realizada pela Editora Expressão e pela Civitas Responsabilidade Social. Nessa 5ª edição da Pesquisa, o destaque da Empresa ocorreu no tema Consumidores e Clientes com o projeto Energia do Futuro.”

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação CELESC: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação CELESC: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação CELESC: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação CELESC: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação CELESC: Negativa

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação CELESC: Negativa

Explicação: Neste caso é importante apresentar que a CELESC tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de responsabilidade social corporativa, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Identificação CELESC: Negativa

4.4.3. CPFL – Companhia Paulista de Força e Luz

A CPFL Energia é uma holding que atua no setor elétrico brasileiro, por meio de subsidiárias dedicadas aos segmentos de distribuição, geração e comercialização de energia

elétrica, nos mercados livre e regulado. Sua atuação é regida pela legislação brasileira e suas controladas também observam as normas estabelecidas para empresas do setor elétrico. Os contratos de concessão são firmados pela União por meio do órgão regulador, a Agência Nacional de Energia Elétrica – Aneel (CPFL, 2009).

A propriedade da CPFL é assim constituída, segundo informações da própria empresa;

- 25,7%: VBC Energia, do Grupo Votorantim;
- 31,1%: PREVI, fundo de previdência dos funcionários do Banco do Brasil;
- 12,7% - Consórcio entre Petros e Sistel, fundo de previdência dos funcionários da Petrobrás e do sistema de telefonia, respectivamente.
- 30,5%: Free Float.¹⁴

Neste caso, cumpre salientar que, embora seja considerada uma empresa privada a maior parte do capital votante está nas mãos de fundos de pensão de empregados em empresas públicas e cujas contribuições constituintes contam com participação decisiva do patrocinador, cujo patrão ainda é o Governo.

Com quase 100 anos de existência, a história societária da CPFL Paulista foi marcada por diversas fases. Após 15 anos sob controle privado nacional, em 1927 a companhia foi adquirida pela American & Foreign Power (Amforp), – empresa do grupo norte-americano Electric Bond & Share Corporation (Ebasco), ligado à General Electric, permanecendo sob seu controle até 1964, quando passou ao controle da Eletrobrás, do governo Federal. Em 1975, o controle acionário da CPFL Paulista foi transferido para a Companhia Energética de São Paulo (Cesp), do governo do Estado de São Paulo (CPFL, 2009).

Em novembro de 1997, por meio de processo de privatização, a companhia passou para o atual grupo controlador, composto pela VBC Energia (Grupo Votorantim, Bradesco e Camargo Corrêa), pelo Fundo de Pensão dos Funcionários do Banco do Brasil (Previ), e pela Bonaire Participações (que reúne os fundos de pensão Funcesp, Sistel, Petros e Sabesp) (CPFL, 2009).

Desde então, a CPFL Paulista iniciou uma trajetória de expansão e consolidação que resultou, em agosto de 2002, na reestruturação da CPFL Energia que se transformou em holding de controle (CPFL, 2009).

¹⁴ Free float é uma terminologia utilizada no mercado de capitais quando uma empresa deixa determinada quantidade de ações à livre negociação no mercado.

Em setembro de 2004, a CPFL Energia realizou Oferta Pública Inicial (IPO) na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) e na Bolsa de Nova Iorque (Nyse), ocasionando uma mudança em sua estrutura societária, por meio do incremento das ações em circulação no mercado, que evoluiu de 3,42% em 2003, para 15,65% ao final de 2004 (CPFL, 2009).

Desde 1997, o grupo CPFL Energia constituiu e adquiriu empresas, ampliando consideravelmente suas atividades. Atualmente, no segmento de distribuição, fornece energia para 568 municípios em uma área de atuação de 208.300 km², que abrange municípios dos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais, totalizando 6,4 milhões de clientes e 18,7 milhões de habitantes, com 14% de *market share*.

No segmento de geração, a CPFL Energia atua por intermédio da CPFL Geração com oito Usinas Hidrelétricas (UHEs), das quais seis estão em operação e duas em construção, 33 Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCHs) e uma Usina Termelétrica (UTE) que, juntas, representam uma potência instalada de 1.672 MW, 831 MW médios de energia assegurada e 2% de *market share*. No segmento de comercialização, a CPFL Energia atua em todo o Brasil por meio da controlada CPFL Comercialização Brasil, totalizando uma carteira de 78 clientes, representando 22% de *market share* (primeiro semestre de 2008) (CPFL, 2009).

Segundo informações retiradas do site da Bovespa, a CPFL considera a responsabilidade social corporativa como maneira de gerenciar os impactos das ações da empresa nos campos econômico, social e ambiental. A empresa informa em seu site, tratando deste assunto, que “todo o processo de produzir e disponibilizar energia implica em uma forte gestão dos impactos externos e em ter em perspectiva o esforço de desenvolvimento do país. Por conta disso, a sustentabilidade é um elemento estratégico da gestão, profundamente conectado à nossa missão (CPFL, 2009).”

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação por parte do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa e sua divulgação no site. As ações de responsabilidade social corporativa da CPFL escolhidas para análise são:

Quadro 14 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CPFL - 01

Projeto Espaço Cultural CPFL	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Comunidade em geral, colaboradores da CPFL Energia, formadores de opinião, estudantes e professores da região de Campinas, artistas e imprensa.
Objetivo	Espaço para a discussão do mundo contemporâneo, mesclando

	expressões artísticas (literatura, música, dança, teatro, cinema) e outras áreas do conhecimento, como filosofia, psicologia, sociologia.
Investimento	R\$ 9.700.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
Criado em setembro de 2003, na cidade de Campinas (SP), o Espaço Cultural CPFL funciona com três plataformas distintas: o Café Filosófico, onde são apresentadas discussões do pensamento contemporâneo; o auditório Umuarama, usado para espetáculos teatrais, de dança e cinema; e a Galeria de Arte CPFL, para exposições e grandes eventos.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	O espaço cultural, com grande afluência de pessoas, conforme informado pela própria CPFL, recebe o nome da empresa e há divulgação da companhia e suas subsidiárias em todos os eventos.
INS - MX	A empresa utiliza os benefícios da Lei Rouanet para abater os valores investidos em seu Imposto de Renda.
INS - DS	Segundo Bispo (2009) “contar com um centro de reflexões sobre o mundo contemporâneo, gratuito e inclusivo, reforça o orgulho das pessoas pertencerem a uma organização que considera a cultura e o conhecimento valores fundamentais”. A autora considera a ação de RSC como excelente motivadora dos empregados.

Quadro 15 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CPFL - 02

Projeto Aprender	
Área de Atuação	Educação
Público-Alvo	Adolescentes com idades entre 16 e 18 anos incompletos, provenientes de famílias de baixa renda, de 55 cidades da área de atuação da CPFL.
Objetivo	Espaço para a discussão do mundo contemporâneo, mesclando expressões artísticas (literatura, música, dança, teatro, cinema) e outras áreas do conhecimento, como filosofia, psicologia, sociologia.
Investimento	R\$ 700.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
Durante 6 horas por dia, os jovens trabalham como auxiliares de serviços administrativos e, nas outras duas, participam de palestras, treinamentos, dinâmicas, aulas, dentro de quatro módulos agrupados em: Educação para o Trabalho, Cultura, Saúde e Esportes. Os adolescentes também frequentam o fitness da CPFL Energia e participam de oficinas de arte, visitação a exposições, entre outras atividades incentivadas e patrocinadas pela empresa.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - LG	A CPFL, ao tomar esta ação de RSC cumpre os termos da Lei 10.097/2000, que determina a adoção de regras para a contratação obrigatória de jovens aprendizes. Todas as empresas analisadas têm programas similares, posto que se encaixe nos ditames da lei. Algumas consideram a prática como RSC e outras não.
INS - MX	É inegável que, embora tenha resultados benéficos para ambas as partes, a utilização de jovens aprendizes em tarefas como estas resulta numa redução de custos trabalhistas e mesmo em despesa de salários menor. A prática atenua a discussão ética em torno do emprego de menores.

Quadro 16 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CPFL - 03

Projeto Programa CPFL de Valorização da Diversidade	
Área de Atuação	Capacitação Profissional
Público-Alvo	Mulheres, negros, pessoas com deficiência e outras minorias
Objetivo	Valorizar e promover a diversidade de forma a colocar a CPFL Energia diante do desafio de respeitar, acolher e valorizar as diferenças com os públicos de empresa (clientes, fornecedores e comunidade).
Investimento	R\$ 500.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
<p>A idéia é incentivar a adoção de uma política de recursos humanos que priorize a contratação de mulheres, negros e pessoas com deficiência física, além de profissionais com mais de 45 anos há mais de dois anos disponíveis no mercado de trabalho. Um censo interno realizado em 2004 identificou o universo e a diversidade dos recursos humanos da CPFL Energia, considerando os segmentos de gênero, raça ou cor, faixa etária e pessoas com deficiência. A partir daí, definiu-se como meta até 2009 o aumento da participação de mulheres no quadro de pessoal para 25%, a de negros para 20% e a de deficientes para 5%.</p>	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	Prêmios como o 500 Melhores e Maiores da Revista Exame e o 'A Great Place to Work' pontuam as empresas que têm práticas na linha da diversidade. Obter um destes prêmios usualmente é utilizado pela empresa para divulgação de sua marca, conforme pode ser notado no site da Empresa e mesmo em fotografias da sede da empresa, também incluídas no site institucional, e também em divulgação nos relatórios anuais e publicidade institucional. No caso da CPFL a conquista destes prêmios aparece no Balanço Social, em referência a esta e outras ações de RSC.
INS - IM	Ser apontada como empresa que incentiva a diversidade traz dividendos de imagem para a organização, conforme atesta Tochio (2009).
INS - ES	A estratégia de diversidade da CPFL está inserida em seus planos tendo metas e indicadores estruturados para um correto gerenciamento.

Quadro 17 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CPFL - 04

Projeto Programa CPFL de Apoio às Santas Casas	
Área de Atuação	Saúde
Público-Alvo	Santas Casas e Hospitais Beneficentes que se localizam na área de atuação da CPFL Energia.
Objetivo	Apoiar as Santas Casas e Hospitais Beneficentes no desenvolvimento e implantação de um sistema de gestão moderno, para elevar o desempenho administrativo e a qualidade dos serviços prestados
Investimento	R\$ 1.000.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
<p>O Programa de Apoio aos Hospitais Beneficentes da CPFL Energia tem como estrutura um Núcleo de Coordenação composto por representantes da empresa e do Centro de Estudos Augusto Leopoldo Ayrosa Galvão, do Departamento de Medicina Social da Faculdade de Ciências Médicas da Santa Casa de São Paulo. Este Núcleo tem também uma dimensão operacional, realizada pelo Centro de Estudos. As ações envolvidas são de várias naturezas e suas linhas gerais de atuação são diagnóstico</p>	

das necessidades e demandas da população e capacidade de oferta de serviços da rede beneficente; criação e fortalecimento de pólos e redes de apoio aos hospitais beneficentes; assessoria ao desenvolvimento dos sistemas de gestão e administração, disponibilizando serviços de consultoria especializada; cursos de capacitação, aprimoramento e atualização de médicos e funcionários; estímulo à ação voluntária, envolvendo a sociedade civil, colaboradores da empresa e seus familiares.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - MK	A CPFL tem estratégias de divulgação dos apoios que dá aos hospitais.
IN - ES	A CPFL inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico as considera no rol de ações de educação para o consumo consciente de energia, cumprindo assim determinações da Aneel.

Quadro 18 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- CPFL - 05

Programa CPFL Conhecer e Crescer	
Área de Atuação	Capacitação Profissional
Público-Alvo	Empresários de pequenas e médias empresas.
Objetivo	Disseminar conceitos de qualidade na gestão, de responsabilidade social e de competitividade e fazer com que as empresas se tornem eficientes, lucrativas e, conseqüentemente, gerem mais empregos.
Investimento	R\$ 500.000,00/Ano
Período de Realização	06/2006 a 12/2006
Descrição	
O Programa CPFL Conhecer e Crescer – Excelência em Gestão para Pequenas e Médias Empresas é uma iniciativa da CPFL Energia e da FNQ – Fundação Nacional da Qualidade, que visa disseminar conceitos de qualidade na gestão, de responsabilidade social e de competitividade para empresas de pequeno e médio porte do Estado de São Paulo.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A CPFL inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de educação para o consumo consciente de energia, cumprindo assim determinações da Aneel.
INS - IM	A CPFL é citada em 48.300 páginas de Internet em associação com este projeto, sendo um dos que têm maior repercussão junto ao stakeholders.

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da CPFL, como das demais empresas será realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os Stakeholders.

Identificação CPFL: Positiva.

Explicação I: Como todas as empresas não controladas pelo Estado, a CPFL concentra suas ações de RSC apenas em áreas de sua atuação. O objetivo que se pode inferir é a busca estratégica de atenuar os impactos de suas operações no ambiente e na vida de seus stakeholders, conforme pg. 149 de seu Balanço Social: “CPFL Energia has an ongoing program for controlling its operational impacts in the communities where it operates through management of the economic, environmental and social risks associated with its businesses”

(CPFL, 2009).

Explicação II: A CPFL também tem a melhor estrutura montada para comunicar suas ações de RSC. Em Annual Report são apresentadas ferramentas como: Jornal Cidade (Ribeirão Preto), A Tribuna (Santos), Jornal Cruzeiro do Sul (Sorocaba), Portal da CPFL, Portal de Ética, Portal de Sustentabilidade, Annual Report, Declarações à Imprensa, Central de Atendimento ao Cliente, Portal do Fornecedor, *Newsletter* para fornecedores, Seminários e Prêmios concedidos pela CPFL. Há canais de comunicação específicos para Governo, Publicações Legais, Fóruns Nacionais e Internacionais, Organizações Não-Governamentais. Todos estes canais envolvem uma série de ações consideradas de RSC pela CPFL, desde o dia de Plantar Árvores até O Programa de Cultura Gaúcha (CPFL, 2009).

II. INS-LG – Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação CPFL: Negativa

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus stakeholders.

Identificação CPFL: Positiva

Explicação I: Conforme o observado na pg. 76 do *Annual Report* da CPFL: “In August 2008, CPFL Energia became a signatory to the UN Caring for Climate initiative. It aims to encourage companies worldwide to develop voluntary initiatives that go beyond the legal requirements of their countries and that contribute to the global effort to combat climate change” (CPFL, 2009). Percebem-se aqui também claros indícios de INS – MK, INS – IM e IN – ES, sem entrar em qualquer julgamento axiológico.

Explicação II: Em 2008 a CPFL foi convidada pela *Comunitas* para ser um dos membros fundadores do Social Corporate Investment Benchmarking Project – BISC (CPFL, 2009). A comunidade visa disseminar a RSC entre a comunidade corporativa brasileira e é claro que ser um dos membros fundadores traz bastante prestígio entre os pares.

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação CPFL: Positiva

Explicação: A Rede de Valor é uma ação *sui generis* da CPFL. Consiste na organização de fóruns com fornecedores e outros componentes da cadeia de valor da empresa, para o compartilhamento de *know-how* e a preparação de uma agenda colaborativa conjunta em favor da sustentabilidade dos negócios envolvidos.

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação CPFL: Positiva

Explicação I: A CPFL sempre manteve uma relação com hospitais das áreas em que atua. De 1998 a 2004 a Empresa fazia donativos aos hospitais, como equipamentos. A partir de 2005 a CPFL deixou de fazer os donativos e passou a compartilhar

informações, assistência na formação e desenvolvimento do pessoal, dando início ao Programa Filantrópico de Modernização de Hospitais (CPFL, 2009).

Explicação II: A CPFL utiliza isenções de leis como a Lei 8.069/2000, o famoso ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente, para fazer donativos a entidades reconhecidas (CPFL, 2009). É interessante ressaltar que entidades não reconhecidas não são contempladas, pois nestes casos a empresa não poderia abater o valor doado no Imposto de Renda. A CPFL fez R\$ 2,5 milhões de donativos para 226 projetos em 126 municípios em 2008 (CPFL, 2009).

Explicação III: A CPFL Jaguari e CPFL Sul Paulista têm programas que ensinam as pessoas a soltar pipas de maneira segura, evitando acidentes com a rede elétrica. Estes programas também são relatados como RSC (CPFL, 2009).

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação CPFL: Positiva

Explicação I: A declaração de política de RSC da CPFL é reveladora do nível de controle que ela demanda, envolvendo a conciliação dos aspectos ‘sociais’ ao econômico: (pg. 74 do *Annual Report*) “To include issues of social responsibility and sustainability in the administration of the businesses on a permanent basis, by managing the economic, social and environmental impacts of the Company’s activities in tune with society’s legitimate interests and in compliance with the applicable legislation” (CPFL, 2009).

Explicação II: das companhias analisadas a CPFL apresenta-se como a que tem a melhor comunicação de RSC e também, baseando-se apenas em seu balanço social, a que melhor estruturou suas ações, numa evidente ligação do negócio da empresa a suas ações de RSC. A RSC da CPFL foi estruturada em: (pg. 148): Atividades Sustentáveis, stakeholders, Sociedade, Cadeia de Valor, Comunidade, Ambiente, Talentos e Envolvimento com associações diversas (CPFL, 2009).

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação CPFL: Positiva

Explicação : evidência deste comportamento aparece na pg. 115 do *Annual Report* da CPFL: “CPFL Energia also focuses on corporate communication through marketing communication management, including advertising, promotions and sponsorship, via its Social Responsibility and Corporate Ethics Management Committee, which assesses CPFL Energia’s advertising campaigns (and checks they do not violate advertising regulations) and regulates investment donations and sponsorships” (CPFL, 2009).

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação CPFL: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação CPFL: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação CPFL: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação CPFL: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação CPFL: Positiva

Explicação: A CPFL emite faturas em Braille sem cobranças adicionais no Estado do Rio Grande do Sul e deixa a opção para o cliente. Em 2008 foram emitidas 188 contas nesta modalidade.

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação CPFL: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a CPFL tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Identificação CPFL: Negativa

4.4.4. COELCE – Companhia Elétrica do Ceará

Segundo informações contidas em seu site a COELCE é a terceira maior distribuidora do Nordeste brasileiro em volume comercializado de energia, sendo responsável pelo fornecimento de energia elétrica a mais de 2,5 milhões de clientes, dos quais dois milhões são consumidores residenciais. A Companhia opera mais de 95 mil quilômetros de linhas de distribuição e transmissão de energia e conta com uma equipe de aproximadamente oito mil colaboradores, incluindo os de empresas parceiras. Essa infraestrutura permitiu a venda de 6,9 mil GWh de energia em 2006, volume 2,4% superior ao registrado em 2005, e uma receita operacional bruta de R\$ 2,3 bilhões (COELCE, 2009).

A Coelce foi criada por meio da Lei Estadual nº. 9.477 de 05/07/1971, com a unificação das quatro Empresas distribuidoras de energia elétrica então existentes no Estado do Ceará até 1971. A autorização para a Coelce prestar o serviço público foi concedida pelo Decreto Federal nº 69.469 de 05/11/1971. Em 1995 a Coelce torna-se companhia de capital aberto, passando a negociar suas ações – ordinárias e preferenciais – na Bovespa, e em 1998 a Companhia foi privatizada em leilão público realizado na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro. O Consórcio Distriluz Energia Elétrica S.A., formado por Endesa España S.A., Enersis S.A., Chilectra S.A. e Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro – CERJ, atualmente Ampla, converte-se no novo controlador da Coelce. Logo a seguir a Distriluz Energia Elétrica S.A., Coelce, Aneel e o Governo do Estado do Ceará procedem à assinatura do Contrato de Concessão, que outorga à Coelce 30 anos de direitos exclusivos sobre a distribuição de energia elétrica no Estado do Ceará (COELCE, 2009).

Segundo informações obtidas no site da Bovespa responsabilidade Social é um tema transversal do planejamento estratégico da COELCE e visa atender as demandas de forma a gerar desenvolvimento sustentável. A política de responsabilidade social corporativa da COELCE possui os seguintes fundamentos: Transparência - de forma ética e em sentido amplo; Diversidade - respeito à sinergia das diferenças culturais; Desenvolvimento autosustentável - inclusão social de forma digna; Associação - parcerias com todos os atores sociais; Complementaridade- não avoca para si as obrigações do governo, mas torna-se parceira; Inclusão - redução da exclusão social na área de concessão da entidade; Participação - ações sociais realizadas pelos colaboradores.

A Coelce tem ações negociadas na Bovespa e é controlada pelo grupo Endesa, por meio da Empresa Investluz S.A, que detém 56,6% do capital total e 91,7% do capital votante da Coelce. O restante do capital pertence a pessoas físicas, investidores institucionais nacionais e estrangeiros, tais como fundos de pensão, fundos e clubes de investimentos e outras pessoas jurídicas (COELCE, 2009).

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação ação por parte do Programa 'Em Boa Companhia' da Bovespa e sua divulgação no site. Como pode ser percebido o número de ações específicas avaliadas no caso da COELCE é muito superior às demais companhias envolvidas na análise. Isso ocorreu por que o critério adotado pela pesquisa foi o de avaliar o total de casos inseridos no site 'Em Boa Companhia' e a COELCE inseriu um quantitativo bem maior que o das demais companhias.

Fazendo uma análise deste fato, nota-se que as demais companhias têm um número bem maior de ações de RSC que aquelas inseridas no ‘Em Boa Companhia’ e decidiram inserir ali apenas as mais representativas, enquanto que a COELCE inseriu todas que têm como público-alvo o cliente externo. As ações de responsabilidade social corporativa da COELCE escolhidas para análise são:

Quadro 19 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 01

Projeto Casa do Conto	
Área de Atuação	Educação
Público-Alvo	Crianças de escolas públicas de Fortaleza e região, professores, pais e bibliotecários.
Objetivo	Fomentar interesse pela leitura em crianças da educação infantil à 4ª série do primeiro grau; resgatar a tradição oral das rodas de histórias; e promover a importância do livro para a criança.
Investimento	R\$ 57.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
O projeto - aprovado mediante a Lei Estadual de Incentivo à Cultura / Lei Jereissati e apoiado pela Coelce na categoria Doação - visa capacitar equipes de voluntários nas bibliotecas públicas do interior e promover sessões diárias de contação de histórias, música, leitura e, semanalmente, produção de textos com as crianças e adolescentes. A Lei Estadual de Incentivo à Cultura - Lei Jereissati - Categoria Doação contempla projetos aprovados pela Secretaria de Cultura do Estado do Ceará, cujos realizadores podem captar recursos de empresas e estas se beneficiam de isenção fiscal de até 2% do ICMS a recolher mensalmente. A Categoria Doação permite que o valor total do projeto (100%) seja disponibilizado por meio dessa isenção fiscal.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico onde as considera no rol de ações de educação.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.

Quadro 20 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 02

Projeto Coelce nos Bairros	
Área de Atuação	Comunidade
Público-Alvo	Comunidades de periferia na Capital e interior do Ceará.
Objetivo	Ampliar a atuação da Empresa junto aos clientes de comunidades de periferia na Capital e interior do Ceará, mediante reuniões e palestras, entre outras ações.
Investimento	R\$ 184.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
O projeto realiza palestras nas comunidades sobre os principais serviços prestados aos clientes, conta de energia, parcerias, etc. Além disso, unidades móveis também são utilizadas na capital para realizar os serviços de uma agência convencional.	

Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de educação. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - MK	A COELCE aproveita os eventos para difundir seus serviços e também para conscientizar a população para o uso consciente de energia, incluindo, é claro, a questão das ligações clandestinas à rede elétrica.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Ceará.

Quadro 21 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 03

Projeto Ciranda Musical do Sertão	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Crianças e Jovens com deficiência visual.
Objetivo	Capacitar crianças e jovens para o canto em coral e para a prática instrumental da flauta doce; e formar agentes pedagógicos multiplicadores da proposta educativa.
Investimento	R\$ 7.020,00/Ano
Período de Realização	12/2005 até 07/2006.
Descrição	
O projeto - apoiado por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura - Lei Jereissati, e apoiado pela Coelce na categoria Doação - consiste na capacitação de crianças e jovens para formarem um coral e para a prática de flauta doce, incentivando o gosto pela música, fomentando a inclusão social dos deficientes visuais e capacitando facilitadores pedagógicos na área da música.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de educação. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 22 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 04

Projeto Cine Coelce	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Público em geral.
Objetivo	Levar cinema ao público com dificuldade de acesso às salas de cinema.
Investimento	R\$ 80.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
O projeto - aprovado por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura / Lei Jereissati e apoiado pela Coelce na categoria Patrocínio - consiste em uma cinematografia nacional e também a produzida no Ceará. O projeto visa também ampliar a divulgação de filmes produzidos no estado, patrocinados pela Coelce e premiados em edições do Cine Ceará. O projeto conta com o apoio de prefeituras e outras instituições para a realização das apresentações. A Lei Estadual de Incentivo à cultura - Lei Jereissati - Categoria Patrocínio contempla projetos aprovados pela Secretaria de Cultura do Estado do Ceará,	

cujos realizadores podem captar recursos de empresas e estas se beneficiam de isenção fiscal de até 2% do ICMS a recolher mensalmente. A Categoria Patrocínio permite que 80% do valor total do projeto seja disponibilizado mediante essa isenção fiscal, enquanto que 20% é repassado diretamente pela Empresa por meio de recursos próprios. A Coelce apóia e executa este projeto realizado em parceria com os representantes dos mesmos.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de incentivo à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.
INS - MK	A COELCE utiliza todos os eventos culturais como estes para divulgar a sua marca, sendo que no Planejamento da empresa consta como meta a divulgação da marca por este meio.

Quadro 23 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 05

Projeto Coelce nas Escolas	
Área de Atuação	Educação
Público-Alvo	Alunos do ensino fundamental e médio das escolas públicas do Ceará.
Objetivo	Capacitar professores para atuarem como multiplicadores em educação ambiental.
Investimento	R\$ 300.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de educação. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.

Quadro 24 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 06

Projeto Festival de Jazz e Blues de Guaramiranga	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Artistas, músicos, comerciantes, moradores das regiões e público em geral.
Objetivo	Possibilitar ao público presente o conhecimento e reconhecimento da produção musical cearense, nacional e internacional nas tendências de jazz, blues e instrumental, difundindo esses estilos musicais.
Investimento	R\$ 33.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
O projeto - aprovado por meio da Lei Estadual de Incentivo a Cultura / Lei Jereissati e apoiado pela Coelce na categoria Patrocínio - é um festival que visa valorizar a música de qualidade nos estilos jazz, blues e instrumental.	
Descrição	

Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à Cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 25 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 07

Projeto Festival de Versos, Violas e Repentes	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Público em geral.
Objetivo	Suprir a necessidade de criar um ambiente ideal para a apreciação da cantoria de viola e o intercâmbio entre os cantadores para difundir a tradição trovadoresca.
Investimento	R\$ 25.000,00
Período de Realização	06/2006.
Descrição	
O projeto - aprovado por meio da Lei estadual de Incentivo à Cultura / Lei Jereissati, é apoiado pela Coelce na categoria Doação - consiste em uma amostra popular de poetas populares e violeiros autênticos, veteranos e iniciantes, repentistas e cordelistas.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 26 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 08

Projeto Luzes do Saber	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Crianças e adolescentes de áreas carentes da sociedade.
Objetivo	Investir no conhecimento mediante a leitura para o desenvolvimento do ser humano em áreas carentes da sociedade.
Investimento	R\$ 5.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
Como estímulo à leitura, a Coelce estabeleceu uma parceria com a Casa do Conto, grupo de narração de histórias que, de maneira lúdica, conta histórias enfocando a importância da leitura para o desenvolvimento das crianças. Também há distribuição de material educativo, entre outros brindes e o Baú de Leitura para os representantes das comunidades contendo livros infanto-juvenis.	

Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.

Quadro 27 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 09

Projeto Mostra Brasileira de Teatro Transcendental	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Público em geral.
Objetivo	Despertar a população para a importância do amor ao próximo e do bem comum; estimular a produção teatral, especificamente aquelas voltadas para a temática transcendental.
Investimento	R\$ 10.000,00
Período de Realização	08/2006.
Descrição	
O projeto - aprovado mediante a Lei Estadual de Incentivo à Cultura / Lei Jereissati, é apoiado pela Coelce na categoria Patrocínio - é um evento que ocorre anualmente no Theatro José de Alencar (Fortaleza - CE). Consiste em apresentações teatrais voltadas para a temática da espiritualidade, que buscam sensibilizar o público para a solidificação de uma corrente ativa de solidariedade entre as pessoas. A programação engloba apresentações em teatro e em espaço público (praça) na capital cearense.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 28 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 09

Projeto Orquestra de Câmara Eleazar de Carvalho	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Crianças, adolescentes, idosos e comunidade em geral.
Objetivo	Formação de platéia em música erudita.
Investimento	R\$ 600.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
O projeto - aprovado por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura / Lei Jereissati e apoiado pela Coelce na categoria Doação - consiste em uma orquestra de repertório basicamente erudito, mas há também a inclusão de obras folclóricas e populares. A programação oficial inclui também concertos de caráter didático, bem como participação mensal no Concerto Solidário e em concertos universitários e beneficentes. Outros programas da orquestra são Ensaio Aberto ao Público, Matinal Erudita e Concertos nas Cidades.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.

INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 29 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 10

Projeto Teia da Vida	
Área de Atuação	Capacitação Profissional.
Público-Alvo	Comunidades carentes.
Objetivo	O projeto, patrocinado pela Coelce e realizado em parceria com a instituição Teia da Vida, visa fortalecer comunidades para a construção do desenvolvimento sustentável.
Investimento	R\$ 18.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente
Descrição	
O projeto auxilia a comunidade a desenvolver um projeto para a geração de renda, por meio de atividades que potencializam o autoconhecimento, a autoestima e as relações interpessoais. Com a conclusão dos projetos, os líderes das respectivas comunidades participam de um curso oferecido pela Coelce em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que oferece ferramentas de planejamento econômico-financeiro e de empreendedorismo para que possam trabalhar na captação de recursos para seus projetos. Ao final do curso, cada comunidade recebe um computador para auxiliar nas atividades.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de capacitação. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.

Quadro 30 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 11

Projeto VI Festival de Dança de Fortaleza	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Público em geral, produtores, pesquisadores, técnicos, artistas cearenses, companhias de dança amadoras e profissionais.
Objetivo	Popularizar e divulgar as várias formas de dança e cultura do Estado do Ceará.
Investimento	R\$ 95.000,00
Período de Realização	04/2006 a 12/2006
Descrição	
O festival - aprovado por meio da Lei Estadual de Incentivo a Cultura / Lei Jereissati, é apoiado pela Coelce na categoria Doação - consiste em divulgar a dança, através de espetáculos, cursos e palestras promovidos gratuitamente, nos mais diversos lugares da cidade como shoppings, teatros, centros sociais e praças.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.

INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 31 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 12

Projeto Aniversário Theatro José de Alencar	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Público em geral.
Objetivo	Dar continuidade às ações de conscientização da importância do teatro José de Alencar como patrimônio histórico e espaço de reprodução e difusão cultural.
Investimento	R\$ 134.000,00
Período de Realização	06/2006 a 11/2006
Descrição	
Projeto - aprovado por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura e apoiado pela Coelce na categoria Doação - consiste em uma programação especial que acontece anualmente no Theatro José de Alencar em comemoração ao seu aniversário. Neste ano o evento contou com a temática "Theatro José de Alencar Cultivando Talentos". O evento conta com cortejos, peças teatrais, festas, homenagens e parcerias, seminários, concursos, entrega de prêmios.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cultura. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 32 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 13

Projeto Musicanto	
Área de Atuação	Cidadania
Público-Alvo	Público em geral.
Objetivo	Criar e manter uma escola de música instrumental de violão, teclado, saxofone e flauta doce, capacitando pessoas para tocar estes instrumentos e promovendo o gosto pela música.
Investimento	R\$ 3.285,00
Período de Realização	05/2005 até 02/2006
Descrição	
O projeto - aprovado por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura / Lei Jereissati, é apoiado pela Coelce na categoria Doação - consiste em direcionar o tempo livre de crianças, adolescentes, jovens, adultos e terceira idade para aprendizagem de quatro instrumentos musicais: violão, teclado, flauta doce e saxofone, numa escola permanente na Fundação Senhor Pires, como uma forma de captação de recursos para a auto-sustentação dos projetos educacionais desenvolvidos pela FSP, com a participação comunitária dos alunos.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cidadania. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.

INS - IM	O projeto é vinculado a ações de educação da Secretaria de Educação do Governo do Estadual do Ceará.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do ICMS, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais.

Quadro 33 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COELCE - 14

V Festival de Teatro de Fortaleza	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Crianças, adolescentes e população em geral, atendendo as comunidades do centro de Fortaleza como também bairros periféricos da cidade.
Objetivo	Dar visibilidade às composições artísticas em teatro e difundir as produções locais e a discussão em torno das artes cênicas.
Investimento	R\$ 30.000,00
Período de Realização	01/2006 até 02/2006
Descrição	
O festival - apoiado pela Coelce por meio do Fundo Estadual para Criança e o Adolescente, recursos provenientes do imposto de renda - consiste em sessões de teatro em diversos espaços da cidade, intensificando as ações de produção, formação de platéia e dos artistas e democratizando o acesso à arte e a cultura. O espaço destinado ao público infantil e adolescente acontece na mostra especial de teatro infanto-juvenil, na mostra de grupos de rua e nas apresentações nos terminais de ônibus.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COELCE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cidadania. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - MX	A COELCE abate os valores doados da base de cálculo do IRPJ, o que alia a ação de RSC ao melhor aproveitamento das isenções fiscais, com base no previsto no ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente.

A COELCE traz um relatório de Balanço Social com poucas informações, de maneira que não foi possível fazer muitas análises. Importa citar que a CELESC, de um estado do industrializado Sul do Brasil, também apresentou a mesma deficiência em suas demonstrações de RSC.

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da COELCE, como das demais empresas, foi realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os stakeholders.

Identificação COELCE: Positiva.

Explicação: vide projetos de RSC analisados.

II. INS-LG –Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação COELCE: Positiva.

Explicação: vide projetos de RSC analisados.

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.

Identificação COELCE: Negativa

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação COELCE: Positiva.

Explicação: vide projetos de RSC analisados.

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação COELCE: Positiva.

Explicação: vide projetos de RSC analisados.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação COELCE: Positiva

Explicação : A COELCE, na pg. 03 de seu Relatório Anual, declara que “A responsabilidade social corporativa e a preocupação ambiental continuaram fundamentais para nossa estratégia de negócios. Mantivemos e ampliamos a certificação ISO 14001, e conquistamos o terceiro lugar no Prêmio Abradee de Responsabilidade Social. Entre inúmeras iniciativas, destacamos o sucesso do Ecoelce, um programa inovador que incentiva a coleta seletiva ao oferecer bônus na conta de energia em troca dos resíduos recicláveis. Ele conta com a participação de quase 20 mil clientes e tende a crescer muito em 2008” (COELCE, 2009).

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação COELCE: Positiva

Explicação : A COELCE inscreve suas ações de RSC em diversos prêmios regionais e nacionais, tendo vencido em 2007 oito destes prêmios e sendo mencionada como Empresa Modelo em RSC por três grandes jornais nacionais.

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação COELCE: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação COLCE: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação COELCE: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação COELCE: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação COELCE: Negativa.

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação COELCE: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a COELCE tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espasa.

Identificação COELCE: Positiva

Explicação: A COELCE, atuando em zonas de grande pobreza, criou o Projeto de Eficiência Energética para consumidores de baixa renda: programa voltado para a troca de refrigeradores e lâmpadas com elevado consumo de energia por equipamentos eficientes. Já beneficiou mais de 7,8 mil clientes com a doação de refrigeradores e lâmpadas.

4.4.5. COPEL – Companhia Paranaense de Energia

A Copel - Companhia Paranaense de Energia foi criada em 26 de outubro de 1954, com controle acionário do Estado do Paraná, abriu seu capital ao mercado de ações em abril de 1994 (Bovespa) e tornou-se, em julho de 1997, listada na Bolsa de Valores de Nova Iorque. Sua marca também está presente, desde junho de 2002, na Comunidade Econômica Européia, com seu ingresso na Latibex – o braço latinoamericano da Bolsa de Valores de Madri. A partir do dia 7 de maio de 2008, as ações da Copel passaram a integrar oficialmente o Nível 1 de Governança Corporativa da Bolsa de Valores de São Paulo – Bovespa (COPEL, 2009).

A Companhia atende diretamente a 3.571.230 unidades consumidoras em 393 municípios e 1.108 localidades (distritos, vilas e povoados) paranaenses. Nesse universo incluem-se 2,8 milhões de lares, 64 mil indústrias, 296 mil estabelecimentos comerciais e 343 mil propriedades rurais. O quadro de pessoal é integrado por 8,5 mil empregados (COELCE, 2009).

Segundo informações encontradas no site da Bovespa, para a COPEL responsabilidade social Empresarial é a "forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais" (BOVESPA, 2009) .

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação da ação por parte do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa e sua divulgação no site. A única ação de responsabilidade social corporativa da COPEL disponível para ser analisada no Em Boa Companhia foi:

Quadro 34 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- COPEL - 01

Tributo ao Iguaçu	
Área de Atuação	Comunidade
Público-Alvo	Comunidades situadas ao longo da Bacia do Rio Iguaçu.
Objetivo	Estimular e facilitar o desenvolvimento de comunidades auto-sustentáveis na Bacia do Iguaçu.
Investimento	R\$ 745.000,00
Período de Realização	01/2004 até 12/2014
Descrição	
O Programa Tributo ao Iguaçu foi criado para estimular e facilitar o desenvolvimento de comunidades autosustentáveis na Bacia do Iguaçu. Essa missão está alinhada com a missão da Copel que é a de gerar, transmitir, distribuir e comercializar energia, bem como prestar serviços correlatos.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A COPEL inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cidadania. A ação é realizada somente em regiões onde a COELCE atua.
INS - IM	O projeto é vinculado a ações de cidadania da Secretaria de Educação do Governo Estadual do Paraná. Ademais o Rio Iguaçu tem várias das hidrelétricas da COPEL que trouxeram grandes impactos à população quando do alagamento.

De todas as empresas analisadas a COPEL apresenta o Balanço Social mais superficial, sendo que o documento foi utilizado apenas para uma análise das ações de responsabilidade social corporativa daquela empresa. A análise da racionalidade subjacente

aos discursos da COPEL, como das demais empresas, foi realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente. Esta mesma regra valeu para as demais companhias analisadas nesta pesquisa.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os Stakeholders.

Identificação COPEL: Positiva.

Explicação: vide projeto de RSC analisado.

II. INS-LG – Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação COPEL: Negativa.

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.

Identificação COPEL: Negativa

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação COPEL: Negativa.

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação COPEL: Negativa.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação COPEL: Positiva

Explicação : A COPEL inicia seu balanço social informando que a Empresa foi “certificada como “Empresa Cidadã” pelo Conselho Regional do Rio de Janeiro, em cerimônia de outorga do certificado em 2005. A certificação tomou como base, principalmente, as informações contábeis e sociais contidas nos Balanços Sociais das empresas. A publicação do Balanço Social também rendeu à Copel o direito de utilização do Selo Balanço Social IBASE/Betinho 2005, equivalente a uma certificação ISO brasileira de balanço social, e autorizado em 2005 para apenas 64 empresas de todo o Brasil (COPEL, 2009).

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação COPEL: Negativa.

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação COPEL: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação COPEL: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação COPEL: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação COPEL: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação COPEL: Negativa.

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação COPEL: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a COPEL tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espasa.

Identificação COPEL: Positiva

4.4.6. Duke Energy

A Duke Energy é uma companhia norte-americana criada há cerca de 100 anos no mercado de energia. Com sede em Houston, é uma das maiores empresas de geração, distribuição, comercialização, transmissão de eletricidade e transporte de gás no mundo. A empresa chegou ao Brasil em julho de 1999, com a aquisição da chamada Companhia de Geração de Energia Elétrica Paranapanema. Foi a primeira geradora de energia da Cesp (Companhia Energética de São Paulo) a ser transferida para a iniciativa privada, dentro do Programa Estadual de Desestatização (DUKE, 2009).

A atuação da companhia no Brasil representa o seu maior investimento fora dos Estados Unidos (mais de US\$ 1,5 bi) e está baseada em duas frentes de negócios: geração hidrelétrica e comercialização de energia (DUKE, 2009).

Abaixo da Duke Energy Brasil, está a Duke Energy Geração Paranapanema S.A., que opera e administra oito usinas hidrelétricas ao longo do rio Paranapanema, entre os estados de São Paulo e Paraná, com uma capacidade instalada total de 2.307 megawatts (MW) (valor definido no Contrato de Concessão de Geração 76/1999 - ANEEL). Juntas, as usinas Jurumirim, Chavantes, Salto Grande, Canoas I, Canoas II, Capivara, Taquaruçu e Rosana são responsáveis por cerca de 2,3% de toda a energia produzida no país, de acordo com dados da Agência Nacional de Energia Elétrica - Aneel [dez/2007].

Segundo informações encontradas no site da Bovespa a Duke Energy mantém projetos de cunho sócio-cultural, educacional e ambiental que promovem o fortalecimento e o desenvolvimento das comunidades em que a empresa atua. Ecoteca, Voluntariado, visita às usinas, Semana do Meio Ambiente, parcerias com instituições e fundações e Programa de Segurança em Transportes são os principais projetos da Duke Energy em responsabilidade social (BOVESPA, 2009).

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação ação por parte do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa e sua divulgação no site. As ações de responsabilidade social corporativa da Duke Energy escolhidas para serem analisadas começam na próxima página.

Quadro 35 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- DUKE - 01

Projeto Ecoteca	
Área de Atuação	Ambiental
Público-Alvo	Membros da sociedade civil com destaque para a comunidade estudantil e para os professores da rede pública.
Objetivo	Incentivar o prazer pela leitura e o cuidado com o meio ambiente em comunidades situadas ao longo do Rio Paranapanema.
Investimento	N/D
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
Educadores do projeto reúnem-se com educadores e representantes da comunidade local para realizar oficinas sobre leitura, cidadania e revisão curricular com a temática do meio ambiente.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A DUKE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de apoio à cidadania. A ação é realizada somente em regiões onde a DUKE atua.
INS - MX	A DUKE usa os incentivos da Lei de Incentivo à Cultura, que admite o abatimento dos investimentos comprovados no IRPJ.
INS - MK	No Balanço Social da DUKE há a informação de que as visões associadas à responsabilidade social corporativa da empresa são: “a responsabilidade social como um conjunto de valores; a responsabilidade social como comportamento ético das empresas; a responsabilidade social associada à estratégia empresarial (comunicação, relacionamento, recursos humanos, marketing institucional, valorização de produtos, serviços, ações e da marca da empresa); a responsabilidade social de desenvolvimento da comunidade e fator de integração, como promotora da cidadania e do exercício da consciência ecológica.”

Quadro 36 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- DUKE - 02

Projeto Voluntariado	
Área de Atuação	Cidadania
Público-Alvo	Empregados, contratados e seus respectivos familiares atuam anualmente em entidades escolhidas pelos colaboradores da Duke Energy.
Objetivo	O Voluntariado é uma ação corporativa que tem o objetivo de beneficiar as entidades próximas às usinas e ao escritório da Duke Energy.
Investimento	N/D
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
Uma vez por ano, todas as unidades da Duke Energy International realizam o Mês do Voluntariado. Desde o início das atividades da empresa no Brasil, em 1999, este trabalho é realizado no mês de agosto. O Voluntariado é uma ação corporativa sem vínculo político ou religioso. A participação no evento é aberta a funcionários, contratados e familiares. Os funcionários indicam a entidade a ser beneficiada e entram com a mão-de-obra, enquanto a empresa fornece o material necessário para realizar o projeto ou as benfeitorias no local escolhido.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A DUKE inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico as considera no rol de ações ambientais. A ação é realizada somente em regiões onde a DUKE atua.
INS - IM	O projeto é conduzido nas regiões diretamente afetadas pelos lagos das usinas administradas pela DUKE.

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da DUKE, como das demais empresas, foi realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os stakeholders.

Identificação DUKE: Positiva.

Explicação I: vide projetos de RSC analisados.

Explicação II: A Duke inicia seu Balanço Social informando que suas ações de RSC estão concentradas nas comunidades próximas aos ativos da Companhia, ao longo do rio Paranapanema, e tiveram como principal público-alvo os moradores dos municípios da região. A Duke não foge à regra das outras sete companhias analisadas.

II. INS-LG –Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação DUKE: Negativa.

Explicação: Neste caso, embora não se tenha detectado indícios da racionalidade legal nos documentos analisados, considerado o amplo arcabouço jurídico brasileiro, não se pode afirmar que aqui há evidência da racionalidade contrária, creditando-se a não localização às restrições relacionadas à escolha dos documentos analisados.

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus stakeholders.

Identificação DUKE: Positiva.

Explicação: A Duke, em 2008, fez a limpeza do rio Paranapanema - iniciativa organizada pela Associação Ambientalista defensora da Bacia do Paranapanema S.A. com o objetivo recolher o lixo que se encontra na margem do rio na altura do município de Bernardino de Campos (SP). Na ocasião, foram retirados 300 kg de lixo em cerca de 4 km de margem. Participaram da ação por volta de 80 voluntários. O evento teve grande visibilidade, conforma informa a própria empresa (DUKE, 2009).

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação DUKE: Positiva.

Explicação: A Duke faz a manutenção do foco empresarial em uma cultura de Zero Enfermidade & Lesão e na melhoria do ambiente de trabalho, em continuidade ao programa Fale Comigo, foi desenvolvida por meio da implantação do Programa de Padrões Comportamentais de Segurança, sendo realizadas avaliações das percepções dos empregados nos quatro segmentos funcionais da Companhia: Executivos, Gerentes, Supervisores e Empregados, a fim de identificar a percepção desses públicos quanto aos aspectos de saúde e segurança praticados (DUKE, 2009).

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem à maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação DUKE: Positiva.

Explicação: vide projetos de RSC analisados.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação DUKE: Positiva

Explicação : O Balanço Social da Duke também é bastante restrito, sendo que a maioria das informações se resumem a números, demonstrando o crescimento de ações entre os períodos considerados.

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação DUKE: Positiva.

Explicação: A Duke promoveu ao longo do ano de 2008 oito seminários com seus stakeholders, nos quais, além de prover informações úteis, apresenta as ações de RSC da empresa (DUKE, 2009).

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação DUKE: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação DUKE: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação DUKE: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação DUKE: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação DUKE: Negativa.

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação DUKE: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a COPEL tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Identificação DUKE: Negativa.

4.4.7. Grupo Energisa/Cataguases-Leopoldina

O Grupo Energisa teve origem na Companhia Força e Luz Cataguases-Leopoldina, com sede na cidade de Cataguases, Minas Gerais, criada em 1907, sendo a terceira sociedade anônima a obter registro na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro.

Adotando o nome de Energisa somente em 2008, o grupo tem na distribuição de energia elétrica a principal base de seu negócio. Com cinco distribuidoras no Brasil, das quais três na região Nordeste (Energisa Sergipe - Distribuidora de Energia S/A, nova denominação de Energipe, no Estado de Sergipe, Energisa Paraíba - Distribuidora de Energia S/A, nova denominação de Saelpa e Energisa Borborema - Distribuidora de Energia S/A, nova denominação de CELB na Paraíba), uma na Zona da Mata de Minas Gerais (Energisa Minas Gerais - Distribuidora de Energia S/A nova denominação de CFLCL) e uma em Nova Friburgo, no Estado do Rio de Janeiro (Energisa Nova Friburgo - Distribuidora de Energia S/A, nova denominação de CENF), abrange 91.180 Km² de área coberta. Ao todo, são aproximadamente 2,2 milhões de consumidores e uma população atendida de 6,5 milhões de habitantes em 352 municípios. Atualmente, mais de 4,9 mil colaboradores diretos e indiretos fazem parte das suas empresas (ENERGISA, 2009).

Segundo informações obtidas no site da Bovespa a Companhia Força e Luz Cataguases-Leopoldina (CFLCL) entende a importância de, adicionalmente aos serviços de distribuição de energia elétrica que oferece, promover maior bem estar à sociedade. Assim, a empresa constituiu, em 1985, a Fundação Cultural Ormeo Junqueira Botelho, que centraliza as atividades de responsabilidade social do Sistema Cataguases-Leopoldina (SCL). Atuando junto às comunidades carentes das regiões urbanas em que operam as empresas do SCL, a Fundação tem como objetivo o desenvolvimento de projetos e programas de cunho cultural, voltados ao público jovem (BOVESPA, 2009).

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação ação por parte do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa e sua divulgação no site. As ações de RSC da CFLCL escolhidas para análise foram:

Quadro 37 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- ENERGISA - 01

Projeto Café com Pão Arte ConFusão	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	700 crianças e jovens de baixa renda da comunidade .
Objetivo	Propiciar o fazer artístico por meio de oficinas de dança, teatro, percussão, artes visuais, artesanato e capoeira, objetivando a melhoria na auto-estima, socialização e performance escolar.
Investimento	R\$ 300.000,00
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
Em outubro de 2000, nascia o Projeto Café Com Pão Arte ConFusão e a Fundação Cultural Ormeo Junqueira Botelho finalmente conseguia concretizar um grande sonho: dotar a cidade de Cataguases de um espaço democrático de formação artística, inserido no seio de uma comunidade de baixa renda, um projeto voltado para crianças e jovens de toda a cidade.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A ENERGISA inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações culturais. A ação é realizada somente em regiões onde a ENERGISA atua.
INS - IM	No caso da Energisa Borborema, por exemplo, a ação também é considerada como ação do Governo do Estado da Paraíba.
INS - MK	A ENERGISA utiliza massiva campanha de divulgação do evento, associando sua marca em todas as situações pesquisadas.

Quadro 38 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- ENERGISA - 02

Projeto Cia Ormeo Teatro-Dança	
Área de Atuação	Capacitação Profissional.
Público-Alvo	20 jovens de 14 a 19 anos, anteriormente em risco social.
Objetivo	Formação profissional nas áreas de dança, teatro, canto, cinema, música e artes visuais, preparação e encaminhamento para curso universitário.
Investimento	R\$ 140.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
O projeto Cia Ormeo Teatro - Dança é um desdobramento do projeto Café com Pão Arte Confusão, ambos voltados para a arte educação de crianças e jovens de baixa.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A ENERGISA inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de capacitação e cultural. A ação é realizada somente em regiões onde a ENERGISA atua.
INS - MK	A ENERGISA utiliza massiva campanha de divulgação do evento, associando sua marca em todas as situações pesquisadas.

Os demonstrativos da Energisa estão separados por suas unidades: Minas Gerais,

Friburgo e Borborema, mas as análises são consolidadas, sendo que iniciativas similares em unidades diferentes serão consideradas, quando possível, apenas uma vez.

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da ENERGISA, como das demais empresas, foi realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os stakeholders.

Identificação ENERGISA: Positiva.

Explicação I: vide casos de RSC analisados.

Explicação II: A Energisa Borborema, no que concerne à Conservação de energia e recursos naturais, desenvolveu o Projeto Irrigação Eficiente, realizado em parceria com o Governo do Estado da Paraíba. Esse projeto, inserido no Programa de Eficiência Energética da Aneel, “visa não apenas regularizar a situação dos irrigadores junto à concessionária e promover o uso racional da energia elétrica como também conscientizá-los para a necessidade de se usar racionalmente os recursos hídricos, tendo como contrapartida a implantação de culturas economicamente viáveis, com menores custos de produção, e a adoção de modernas tecnologias” conforme pg. 09 do Balanço Anual da Energisa.

II. INS-LG –Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação ENERGISA: Negativa.

Explicação: Neste caso, embora não se tenha detectado indícios da racionalidade legal nos documentos analisados, considerado o amplo arcabouço jurídico brasileiro, não se pode afirmar que aqui há evidência da racionalidade contrária, creditando-se a não localização às restrições relacionadas à escolha dos documentos analisados. Comparando esta conclusão à obtida na análise da Duke, percebe-se menos evidência deste aspecto nas empresas eminentemente privadas (incluise sem propriedade relevante de fundos previdenciários) do que nas empresas públicas, ou que tenham maioria de ações nas mãos de fundos previdenciários de empregados de empresas públicas.

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.

Identificação ENERGISA: Negativa.

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação ENERGISA: Negativa.

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação ENERGISA: Positiva.

Explicação: A Energisa possui o Programa de Eficiência Energética, que contribuiu para a educação da população quanto ao uso racional e eficiente da energia elétrica, a redução do consumo de energia elétrica, com a substituição de lâmpadas, e adequação das instalações elétricas internas. É claro que estas práticas reduzem o desperdício e as ligações clandestinas.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação ENERGISA: Positiva.

Explicação: vide casos de RSC analisados.

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação ENERGISA: Positiva.

Explicação: A Energisa recebeu diversos prêmios por suas ações de RSC e Sustentabilidade. A Empresa recebeu prêmios como: o Prêmio IASC 200 - Índice Aneel de Satisfação do Consumidor atribuído por ter sido considerada a melhor distribuidora da Região Nordeste; o XII Prêmio Anefac-Fipecafi-Serasa por estar entre as empresas mais transparentes do Brasil segundo suas demonstrações contábeis do exercício de 2007; e 2 Prêmios Abradee 2008, referentes a Qualidade da Gestão e Responsabilidade Social entre as empresas brasileiras com menos de 400 mil consumidores (ENERGISA, 2009).

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação ENERGISA: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação ENERGISA: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação ENERGISA: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação ENERGISA: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação ENERGISA: Negativa.

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação ENERGISA: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a ENERGISA tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Identificação ENERGISA: Negativa.

4.4.8. EDP Energias do Brasil

A EDP no Brasil é uma holding que detém investimentos no setor de energia, consolidando ativos de geração, comercialização e distribuição em seis Estados - São Paulo, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Tocantins, Ceará e Santa Catarina.

Controlada pela EDP em Portugal, uma das maiores operadoras europeias no setor energético, a EDP no Brasil abriu seu capital no Novo Mercado da Bolsa de Valores de São Paulo, em julho de 2005. A EDP iniciou suas operações no Brasil com a compra de uma participação minoritária na CERJ (hoje Ampla).

No Brasil o Grupo EDP possui 25% da hidrelétrica Luís Eduardo Magalhães (Lajeado), o controle da Bandeirante Energia, em conjunto com a CPFL, no âmbito do processo de desestatização do setor elétrico paulista, participação na Iven, veículo controlador da Escelsa e da Enersul, a termelétrica Fafen, no pólo petroquímico de Camaçari (BA), em parceria com a Petrobras, a usina de Peixe Angical (TO), com potência de 452 MW.

Em 2008 a EDP adquiriu a usina termelétrica Pecém, no Maranhão, em parceria com a MPX Mineração. Cada empresa detém 50% do empreendimento. A usina, que representa um investimento de US\$ 1,3 bilhão, resultará num aumento de 35% na capacidade instalada do grupo, que no mesmo ano inaugura a PCH São João (29 MW) e lança a pedra fundamental da

PCH Santa Fé (25 MW), ambas no Espírito Santo. A empresa investe também em energia eólica, com várias instalações pelo Nordeste do Brasil e Espírito Santo.

Segundo informações retiradas do site da Bovespa a EDP Energias do Brasil vê a RSC como a busca do desenvolvimento sustentável, adotando práticas empresariais éticas e socialmente responsáveis que promovam o crescimento de forma equilibrada, com respeito ao meio ambiente e ao progresso social. Os princípios de sustentabilidade são subscritos pelo acionista controlador da EDP, o que constitui uma novidade dentre as empresas pesquisadas.

O critério utilizado para escolha das ações a analisar foi a aceitação ação por parte do Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa e sua divulgação no site. As ações de RSC da EDP escolhidas para serem analisadas foram:

Quadro 39 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- EDP - 01

Projeto Bandeirante Comunidade Educação	
Área de Atuação	Educação
Público-Alvo	Alunos do ensino fundamental de escolas públicas e municipais de SP.
Objetivo	Contribuir com a qualidade do ensino público fundamental por meio de projetos pedagógicos que levam a cidadania e a educação aos estudantes.
Investimento	R\$ 50.000,00/Ano
Período de Realização	Permanente.
Descrição	
O projeto Bandeirante Comunidade-Educação atua em várias áreas da esfera social: educação, cultura, saúde, higiene, cidadania, inclusão digital e meio ambiente. Kits escolares, ação voluntária para melhoria do ambiente escolar, higiene bucal, identidade com cidadania, jardins e hortas, teatro e informações sobre o bom uso da energia elétrica são as principais ações realizadas pelo programa.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A EDP inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações de educação. A ação é realizada somente em regiões onde a EDP atua.
INS – MX	Um dos principais objetivos declarados no Balanço Social é a redução de acidentes com cerol, que causam grandes prejuízos para as companhias, não só pela interrupção do fornecimento de energia, como também pelos custos de reparação de danos.
INS - IM	A EDP informa em seu Balanço Social que outro objetivo do projeto é o “maior aproveitamento do ensino nas salas de aula; Integração efetiva: Empresa + Comunidade + Governo + Escola, gerando maior harmonia no relacionamento entre as partes”.

Quadro 40 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- EDP - 02

Projeto Sagüi-da-Cara-Branca	
Área de Atuação	Ambiental
Público-Alvo	Sagüis-da-cara-branca em municípios da Grande Vitória, área de concessão da distribuidora Escelsa.
Objetivo	Evitar os casos de morte dos sagüis devido aos fios de eletricidade.
Investimento	R\$ 54.092,00
Período de Realização	Permanente.

Descrição	
O projeto de preservação ambiental consiste na substituição de cabos nus por cabos protegidos (AT) e isolados (BT) em diversos trechos da rede elétrica instalada em áreas habitadas por animais silvestres na região da Grande Vitória. Com a medida, a Escelsa evita que os animais morram por eletrocução ao encostarem-se aos fios. Desde 2004, a empresa adotou o procedimento de usar o cabo protegido sempre que instala uma nova rede em área verde da zona urbana.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A EDP inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações ambientais. A ação é realizada somente em regiões onde a EDP atua.
INS - MX	Ao evitar a eletrocução dos sagüis a EDP também evita danos a sua rede por meio de curtos-circuitos.

Quadro 41 – Ações listadas no site “Em Boa Companhia”- EDP - 03

Projeto Letras de Luz	
Área de Atuação	Cultural
Público-Alvo	Estudantes da 1ª à 4ª série do ensino fundamental.
Objetivo	Incentivar a leitura a fim de promover o desenvolvimento da educação, da cultura e da cidadania.
Investimento	R\$ 1.600.000,00
Período de Realização	01/2007 até 12/2007
Descrição	
Nas oficinas de fomento à leitura foram capacitados agentes locais que cuidam da organização de ações culturais de estímulo à leitura, como contadores de histórias, saraus, círculos e sacolas de leituras, entre outros. Nas atividades teatrais, grupos locais receberam a missão de adaptar grandes obras literárias para o palco. Para complementar essas duas ações, bibliotecas e escolas dos municípios participantes receberam doações de acervo literário relacionado às atividades desenvolvidas.	
Análise de Racionalidade Subjacente	
Código	Explicação
INS - ES	A EDP inclui estas ações de RSC em seu planejamento estratégico e as considera no rol de ações culturais. A ação é realizada somente em regiões onde a EDP atua.
INS - MK	O projeto é tocado em parceria com a Ed. Abril, o que garante boa divulgação gratuita por parte da maior editora do Brasil.
INS - IM	A EDP patrocina os eventos tão somente em suas áreas de atuação, embora o projeto se estenda a outros locais, aí contando com outros patrocinadores.

A EDP pertence ao maior grupo elétrico de Portugal e todas as suas ações de responsabilidade social corporativa estão inseridos num arcabouço maior, desenvolvido e gerenciado pela holding em terras Lusitanas (EDP, 2009).

A análise da racionalidade subjacente aos discursos da EDP, como das demais empresas, foi realizada por meio da lista completa dos indicadores criados para a pesquisa, a indicação da identificação de tais indicadores nos documentos analisados e, no caso de identificação positiva a explicação correspondente.

I. INS-IM - Imagem: categoria e código instrumental e que indica ações que visam a fins

específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os stakeholders.

Identificação EDP: Positiva.

Explicação I: vide casos de RSC analisados.

II. INS-LG – Legal: categoria e código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.

Identificação EDP: Negativa.

III. INS - LT – Legitimidade: categoria e código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.

Identificação EDP: Positiva.

Explicação I: A EDP é signatária do Pacto Global e dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, ambas iniciativas da Organização das Nações Unidas (ONU). Nas seleções de seus projetos sociais, por meio do Programa EDP Solidária, a Companhia estabelece em regulamento a associação de resultados vinculados às Metas do Milênio/Nações Unidas como condição de elegibilidade das entidades candidatas, conforme informado em seu relatório anual (EDP, 2009).

Explicação II: A EDP Energias do Brasil é integrante do Pacto Empresarial Pela Integridade e Contra a Corrupção desde 2007, que agrega 500 empresas e 100 instituições. Lançado em 2006 na Conferência Internacional do Ethos, é um compromisso voluntário das empresas em favor da ética nos negócios. Trata-se de uma iniciativa conjunta do Instituto Ethos, do Patri Relações Governamentais & Políticas Públicas, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), do Escritório das Nações Unidas contra Drogas e Crime (UNODC) (EDP, 2009). Esta ação também aparece como RSC nos demonstrativos da EDP. A associação a pares em ações de RSC é característica marcante da EDP como um todo.

IV. INS - DS – Desempenho: categoria e código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.

Identificação EDP: Negativa.

V. INS-MX – Maximização: categoria e código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos em seu tratamento.

Identificação EDP: Positiva.

Explicação: vide casos de RSC analisados.

VI. INS-ES – Estratégia: categoria e código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.

Identificação EDP: Positiva.

Explicação: A EDP Energias do Brasil tem a preocupação de manter um visível alinhamento com os conceitos de responsabilidade social, ambiental e econômica do

"triple bottom line" (TBL), associados à governança corporativa, conforme informado em seu Demonstrativo de Contas Anual (EDP, 2009).

VII. INS-MK – Marketing: categoria e código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.

Identificação EDP: Positiva.

Explicação: A EDP também tem mecanismos estruturados para comunicar suas ações de RSC de forma diferenciada para: Acionistas, Governo, Clientes, Público Interno, Fornecedores e Sociedade em geral. Considerando a sociedade é de se destacar a atuação da EDP junto a universidades (formadores de opinião) no tocante à promoção e divulgação de suas ações de RSC (EDP, 2009).

VIII - SBS-VO – Valores: categoria e código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores reais.

Identificação EDP: Negativa.

IX - SBS-JU – Juízo: categoria e código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).

Identificação EDP: Negativa.

X - SBS-SO - Sociedade: categoria e código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.

Identificação EDP: Negativa

XI - SBS-NG – Negociação: categoria e código substantivo e que indica que o rendimento dos indivíduos é aferido coletivamente, em reuniões periódicas, havendo abertura para o diálogo e a negociação.

Identificação EDP: Negativa

XII - SBS-EQ – Equilíbrio: categoria e código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.

Identificação EDP: Negativa.

XIII - SBS-NA - Não-Avaliação: categoria e código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.

Identificação EDP: Negativa

Explicação: Neste caso, é importante apresentar que a EDP tem mecanismos estruturados para mensurar todas as ações de RSC, principalmente aquelas que têm como beneficiados o público interno. Demonstração evidente disso são os relatórios de resultados encontrados em seus balanços contábeis e sociais. Evidencia a ausência de racionalidade substantiva, considerados os indicadores criados nesta pesquisa.

XIV - SBS-AS - Avaliação Social: categoria e código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Identificação EDP: Negativa.

4.5. Análises Conjuntas

Nesta seção serão usadas algumas ferramentas de ‘*cross-case displays*’ de Miles e Huberman (1994, p. 2007) para ordenar e explicar as relações encontradas. Segundo Miles e Huberman (1994, p. 2007) o estudo de múltiplos casos são extraordinariamente úteis tanto para gerar explicações quanto testá-las sistematicamente. Os autores asseveram que num sentido real, múltiplos casos são o melhor recurso para avançar as teorias sobre a maneira em que o mundo funciona.

O quadro 42 faz um resumo dos tipos de códigos percebidos nos discursos sobre RSC analisados neste trabalho e será útil na etapa de conclusões. O quadro 42 mostra uma grande concentração dos indicadores retirados da análise do discurso sobre as categorias de Maximização de recursos, Marketing, *compliance* com a legalidade, e estratégia, como seria de se esperar de corporações com práticas de Governança e disclosure (exigências da CVM – Comissão de Valores Mobiliários) para a participação no mercado de valores mobiliários brasileiro (CVM, 2009).

Mesmo considerando que são indicadores estritamente instrumentais o IN- DS, de desempenho e o IN – LT de legitimidade mostram-se em concentração bem menor que os demais. Os únicos indicadores de ações de RSC baseadas em racionalidade substantiva, percebidos pela análise do discurso, coincidentemente, foram de equilíbrio entre empregados e organização, não sendo possível a detecção de quaisquer outros.

Quadro 42 – Identificação de racionalidades nos discursos – Conforme Códigos¹⁵.

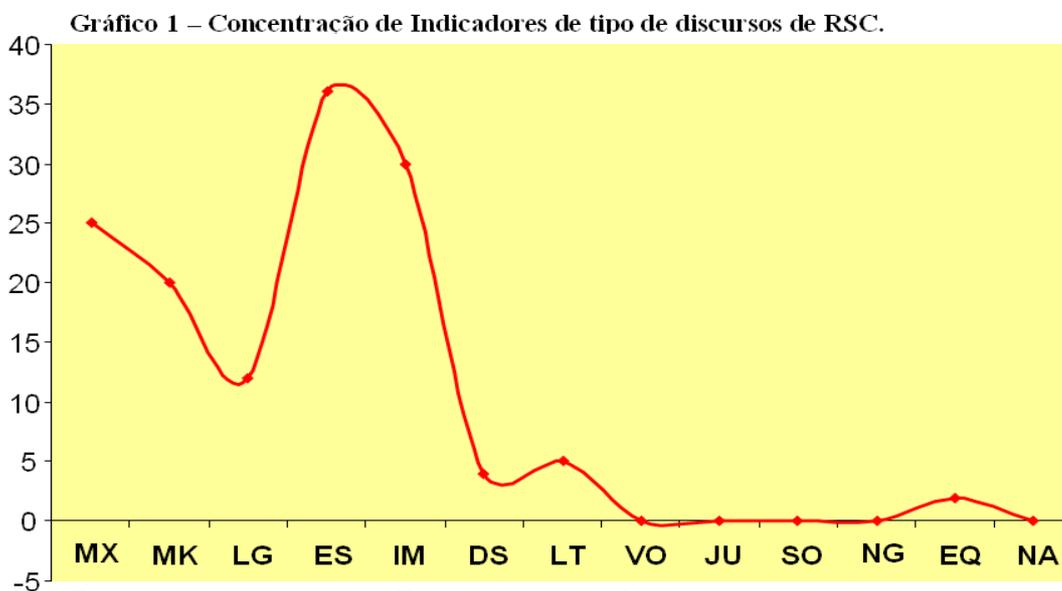
EMPRESA	INSTRUMENTAL							SUBSTANTIVO						
	MX	MK	LG	ES	IM	DS	LT	VO	JU	SO	NG	EQ	NA	AS
CEMIG	3	3	2	3	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0
CELESC	1	3	4	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0
CPFL	3	4	2	4	3	2	1	0	0	0	0	1	0	0
COELCE	12	3	1	16	14	1	0	0	0	0	0	1	0	0
COPEL	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DUKE	2	2	3	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
ENERGISA	1	3	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EDP	3	2	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Total	25	20	11	36	33	4	5	0	0	0	0	2	0	0

Fonte: Construção própria.

¹⁵ Cumpre salientar que nos casos em que houve identificação negativa, embora se possa depreender a existência de uma racionalidade oposta, não foram incluídos os códigos correspondentes, nem da racionalidade substantiva, nem da instrumental, mantendo a equanimidade.

De acordo com Gomes e Moretti (2007), sob o modelo da Teoria dos Stakeholders, ao serem alocados recursos na organização, é necessário que sejam considerados os impactos dessa alocação em diversos grupos de interesses dentro e fora da organização. Este modelo estabelece, portanto, que as organizações devem atuar conforme os impactos que podem ser gerados em todos os seus públicos de interesse. Ou seja, os resultados finais de suas atividades têm que levar em consideração retornos que otimizem os resultados de todos os stakeholders.

Esta concentração dos indicadores parece demonstrar que esta teoria poderia ser aplicada às ações analisadas. Infere-se, portanto, a instrumentalidade das ações, conforme percebido pelo discurso. O gráfico 1, ilustra a concentração em torno dos cinco primeiros indicadores:



Fonte: Análise da pesquisa – Elaboração própria, 2009.

O quadro 42 apresenta a estrutura societária das empresas, em comparação com o tipo de ação de responsabilidade social predominante, permitindo concluir que as empresas com maioria de ações nas mãos dos Governos Estaduais atuam fortemente na implementação de políticas públicas para o bem-social, incluindo tais ações em suas estratégias empresariais por meio da responsabilidade social corporativa.

As empresas privadas já preferem concentrar sua atuação em setores que produzam grande visibilidade como os culturais e de educação, além de ações que envolvam clientes e fornecedores em programas que levem à redução de perdas, aumento da qualidade nos serviços e até mesmo redução de fraudes nas ligações, posto que muitas ‘ações’ envolvem a educação para a conscientização da necessidade de ligações regulares e não utilização de ‘gatos’, que são ligações clandestinas à rede de um terceiro.

Quadro 42 – Comparação entre Estrutura Acionária e Tipo de Ações de RSC.

EMPRESA	ESTRUTURA ACIONÁRIA	TIPO DE AÇÕES DE RSC
CEMIG	Majoria pública	Ações de apoio a políticas públicas.
CELESC	Majoria Pública	Ações de apoio a políticas públicas.
CPFL	Majoria Privada	Ações de educação e culturais. Forte atuação em setores em que é possível obter isenções ou abatimentos tributários.
COPEL	Majoria Pública	Ações de apoio a políticas públicas, ações culturais.
COELCE	Majoria Pública	Ações de apoio a políticas públicas.
DUKE	Privada	Ações envolvendo stakeholders como clientes, fornecedores e Governo.
ENERGISA	Privada	Ações envolvendo stakeholders como clientes, fornecedores e Governo.
EDP	Privada	Ações envolvendo stakeholders como clientes, fornecedores e Governo.

Fonte: Elaboração própria.

4.5.1. Semelhança entre Ações de RSC das Companhias

Nesta seção de análise conjunta é importante destacar que da análise das ações de responsabilidade social corporativa informadas nos balanços sociais das companhias, percebe-se, conforme evidenciado pelos quadros 42 e 43 grande semelhança entre as ações de responsabilidade social corporativa das oito empresas envolvidas.

Neste sentido percebe-se uma atuação maior das empresas privadas em áreas que permitem o abatimento dos gastos em impostos devidos, ou áreas cobertas por leis de incentivo, como a cultural, e a Lei Rouanet. Empresas que têm a maioria de seu capital votante nas mãos do poder público não utilizam, ou utilizam em pequena escala, os incentivos fiscais, enquanto que as empresas que têm a maioria, ou a totalidade, de seu capital nas mãos da iniciativa privada utilizam todas as possibilidades de incentivos fiscais para investir em ações de responsabilidade social corporativa. Isso denota uma ação de racionalidade bastante instrumental na origem da tomada de decisão que leva à escolha deste ou daquele projeto de responsabilidade social corporativa.

Também é importante ressaltar que todas as empresas atuam tão somente em projetos que tragam algum tipo de visibilidade para a organização. Conforme Neto e Brennand (2004, p. 35) a adoção de uma causa pode dar a uma marca um credo ou sistema de crenças e resultar numa percepção e intenção de compra significativamente melhor por parte do consumidor nos casos de clientes corporativos, que podem escolher o fornecedor da energia utilizada em suas fábricas. A causa social fortalece a dimensão ética da marca, reforçando seus atributos simbólicos, e aumenta a base de clientes, além de reforçar os relacionamentos e fidelizar os clientes atuais (NETO e BRENNAND, 2004, p. 35).

4.5.1.1. Características ligadas ao setor elétrico

Nesta seção a análise realizada permite inferir que a estruturação, a legislação e os atores institucionais do setor elétrico brasileiro criam um ambiente propício ao surgimento de ações de responsabilidade social corporativa com características instrumentais. A seguir, serão descritos alguns dos principais atores institucionais e seu papel, incluindo a contribuição de cada um como motivador de ações de RSC.

O SIN – Sistema Interligado Nacional é o sistema de produção e transmissão de energia elétrica do Brasil com forte predominância de usinas hidrelétricas e com múltiplos proprietários. O Sistema Interligado Nacional é formado pelas empresas das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e parte da região Norte. Apenas 3,4% da capacidade de produção de eletricidade do país encontra-se fora do SIN, em pequenos sistemas isolados localizados principalmente na região amazônica (MME, 2009).

Segundo Pereira (2006) este sistema traz grande dependência entre os membros, pois a real capacidade de produção de cada um deles é determinada pelas restrições individuais. Assim, é sempre necessária grande coordenação entre as empresas, envolvendo padronização de operações para que o sistema com um todo funcione bem. Esta interdependência parece acabar criando grande padronização entre as iniciativas das companhias, conforme se depreende da similitude das diversas ações de responsabilidade social corporativa desenvolvidas.

Como demonstração da interdependência, cita-se o estudo de Viana (2009) que apresenta como evidências a criação de associações dos atores no setor elétrico brasileiro e a grande dependência das empresas no setor, indo à especificidade de uma mesma empresa fazer parte de diversas associações, conforme sua área de atuação:

- a.** Em 1998 as grandes empresas geradoras de energia elétrica de origem predominantemente hidráulica instituíram a Associação Brasileira das Empresas Geradoras de Energia Elétrica - ABRAGE, que hoje congrega 11 associadas;
- b.** Em fevereiro de 2000 foi criada a Associação Brasileira das Grandes Empresas de Transmissão de Energia Elétrica - ABRATE, que atualmente congrega 8 empresas associadas;
- c.** Em 2000 foi criada a Associação Brasileira dos Comercializadores de Energia – ABRACEEL, que congrega 20 comercializadoras de energia elétrica. Além da Lei nº 9.648/98, as atividades de comercialização também são reguladas pela Lei nº 9.427/96;
- d.** Em 22 de julho de 2000 foi criada a Associação Brasileira dos Pequenos e Médios Produtores de Energia Elétrica - APMPE, que congrega produtores de energia elétrica,

empresas, entidades e associações interessadas na produção de energia elétrica em projetos de pequeno e médio porte, independentemente do tipo de fonte de geração.

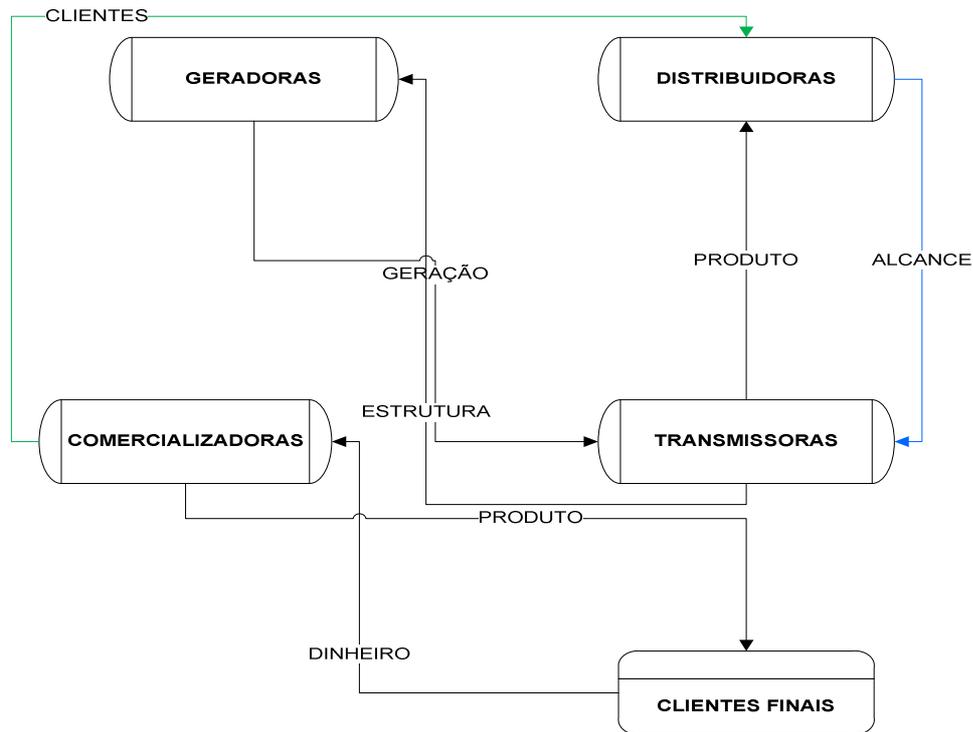
Também colaborando com esta conclusão cita-se o estudo de Johansson e Olén (2009) que estudando apenas esta variável também na busca de uma explicação para a tomada de ações de responsabilidade social corporativa concluiu que a situação institucional de uma empresa afeta a implementação das estratégias de responsabilidade social corporativa, e que a interdependência aumenta a probabilidade de que as ações tenham os mesmos objetos, numa evidência de racionalidade instrumental como base da tomada de decisão nesta ou naquela direção.

Em linhas gerais temos as empresas Geradoras como base da cadeia do fornecimento de recursos. Para que suas atividades tenham êxito elas precisam das empresas de transmissão, distribuição e comercialização. Fica claro também que as empresas de transmissão dependem das empresas geradoras como fonte de seus recursos e dependem das empresas de distribuição e comercialização para a entrega do seu recurso. Da mesma forma as empresas de distribuição e comercialização dependem das geradoras e das transmissoras para ter seus recursos disponíveis aos usuários finais.

Em especial em relação às empresas analisadas neste estudo percebemos que todas se organizam como holdings que controlam empresas em vários destes setores, sendo que no caso da CEMIG, por exemplo, há afiliadas à holding CEMIG S.A., na área de geração, transmissão, distribuição e comercialização (para outros detalhes, ver o quadro 12). A figura 04 apresenta um esquema deste modelo de interdependência entre uma organização e o grupo das outras envolvidas no sistema. Da Silva et al (2008, p. 354), como resultado de sua tese de doutorado, trabalha o conceito de *board interlocking* entre empresas com ações na Bolsa para mostrar que os Conselheiros destas empresas formam redes sociais que acabam influenciando as organizações como um todo.

Também na Câmara de Comercialização de Energia Elétrica (CCEE) – antigo Mercado Atacadista de Energia (MAE) – que foi criada para regulamentar e contabilizar transações de compra e venda de energia e no Operador Nacional do Sistema (ONS) que foi criado para coordenar a operação e o despacho de energia no sistema há grande presença de executivos das organizações operadoras da indústria (ONS, 2009) e (MME, 2009).

Figura 4 – Interdependência no sistema elétrico brasileiro.



Fonte: Elaboração própria.

Além das associações citadas, existem outras associações em que os executivos participam como: ABCE – Associação Brasileira de Concessionárias de Energia Elétrica, ABESCO – Associação Brasileira de Empresas Conservadoras de Energia, ABRADDEE – Associação Brasileira dos Distribuidores de Energia, ABEE – Associação Brasileira de Estudos em Energia, ABEER – Associação Brasileira de Empresa Produtoras de Energia Renovável, Assecont – Associação dos Contadores de Empresas do Setor de Energia, Abeolica – Associação Brasileira de Energia Eólica, Abraceel – Associação Brasileira das Empresas Comercializadoras de Energia Elétrica e outras de menor expressão. Infere-se que todas estas são fóruns que permitem a troca de experiências de sucesso local em estratégias de gestão em geral e sobre ações de responsabilidade social corporativa em particular.

Uma das principais agências governamentais que lidam com as empresas listadas na Bovespa é a Comissão de Valores Mobiliários. Oliveira et al (2007) demonstram que a adoção das recomendações da CVM sobre Governança Corporativa implica a utilização de suas regulamentações e de padrões de conduta superiores aos exigidos por lei. Também a Lei 6.385/76 estabelece as competências da CVM e entre outras práticas estabelece poderes normativos e reguladores (CVM, 2009).

Para o setor elétrico as normas do Ministério de Minas e Energia e da Aneel são fundamentais ao desempenho de suas tarefas. Conforme se pode ver pelo apêndice 1 deste trabalho, além das leis comuns a todas as organizações, o setor elétrico é extremamente regulado pelo Governo.

A transação que ocorre com agências governamentais é mais bem expressa pela figura 05 que mostra a grande quantidade de atores governamentais ligados ao sistema. Ou seja, temos um ambiente estruturado e grandemente regulamentado (não se fala aqui da adequabilidade do marco regulatório, ou de sua suficiência), o que denota a necessidade de aderência legal de muitas medidas das organizações, inclusive no tocante a ações de responsabilidade social corporativa, novamente denotando o aspecto instrumental adjacente.

O novo marco regulatório do setor no Brasil, além de definir as condições de concessão da geração, transmissão, distribuição e comercialização de energia no Brasil, definiu até mesmo a desverticalização das empresas, conforme se nota em declaração registrada no Balanço Contábil da CELESC do ano de 2008:

“A Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – Celesc, recém-estruturada como holding em atenção ao marco regulatório do Setor Elétrico Nacional, controla duas subsidiárias integrais: a Celesc Geração S.A. e a Celesc Distribuição S.A. Detém o controle acionário da SCGÁS e mantém participações na Empresa Catarinense de Transmissão de Energia Elétrica – ECTE, na Dona Francisca Energética S.A – DFESA, Companhia Catarinense de Água e Saneamento – Casan, e na Usina Hidrelétrica Cubatão S.A., e além de outras pequenas participações acionárias (CELESC, 2009).

Em 21 de fevereiro de 2008, o Ministério de Minas e Energia (MME), por meio da Portaria nº 48, aprovou o Plano Decenal de Expansão de Energia Elétrica (PDEE) 2007-2016, o qual estabelece critérios para a expansão do sistema de energia elétrica brasileiro relativo aos mercados de distribuição, geração e transmissão de energia elétrica para o período compreendido entre os anos de 2007 e 2016 (MME, 2009).

O plano decenal também limita as possibilidades de modelos organizacionais a serem assumidos pelas empresas no setor, tendo em vista que limita o tipo de atividade (G, T, D, C) que as empresas podem realizar, obrigando-as continuar se estruturando em forma de holdings, cujas afiliadas conduzem negócios distintos e cumprindo as regras estabelecidas pelo CNPE e MME (ANEEL, 2009).

A estruturação dos campos nas organizações membros do pregão foi realizada pela Lei das S. As., a Lei 6.404/76 e suas alterações e pela Lei 11.638/2007 (PLANALTO, 2009). Para

assegurar maior transparência e confiabilidade aos investidores, mecanismos de governança corporativa são implementados visando ao alinhamento dos objetivos dos agentes envolvidos com a empresa, tentando reduzir os conflitos de agência. Atenta a isso, em 2000, a Bovespa decidiu criar os níveis de governança corporativa para as empresas que são negociadas na bolsa.

Dessa forma, os esforços direcionados ao desenvolvimento do mercado de capitais brasileiro resultaram na criação de níveis que exijam um maior comprometimento com as chamadas “boas práticas de governança corporativa”. Assim, foram criadas três classes: Nível 1, Nível 2 e o Novo Mercado, sendo o Nível 1 com o menor grau de exigências e o Novo Mercado, o maior grau.

Por meio de tais níveis seria possível classificar as empresas de acordo com o número de obrigações adicionais à legislação brasileira. Infere-se também que boa parte das ações de responsabilidade social corporativa desenvolvidas foi influenciada pela necessidade de cumprir com os requisitos desta estruturação centralizada, novamente denotando o caráter instrumental na origem das ações de responsabilidade social corporativa das companhias.

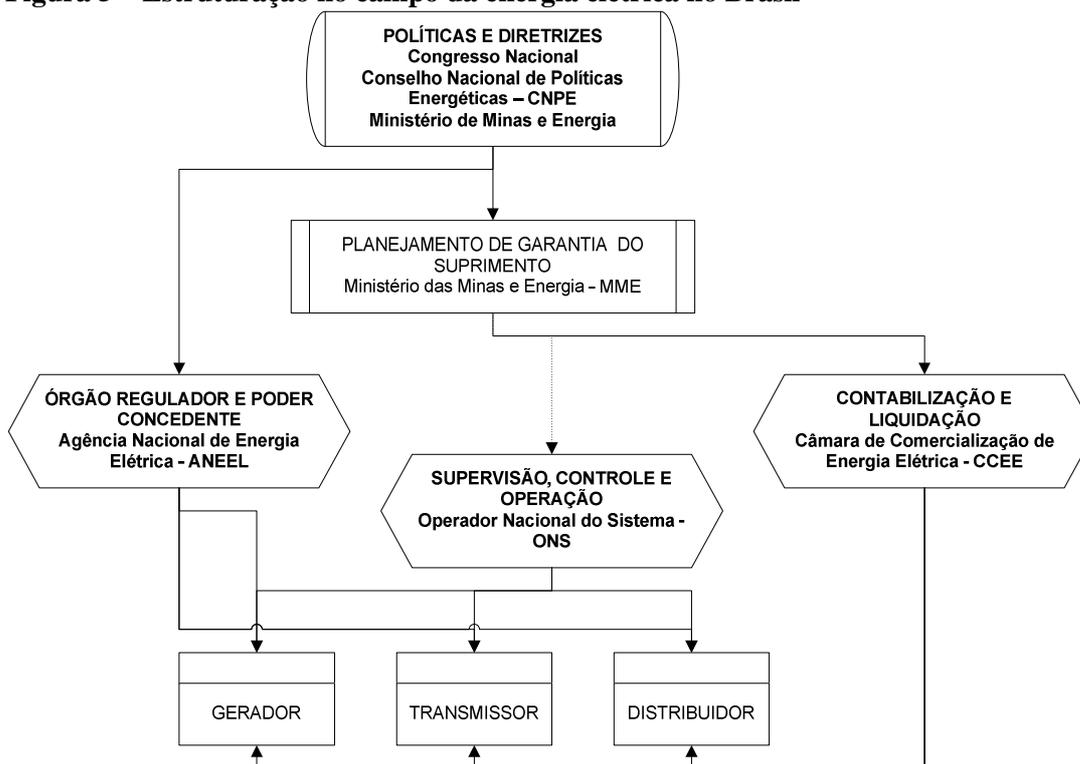
Posteriormente, no intuito de viabilizar as relações de mercado entre os agentes, a Aneel publicou a Resolução nº 160 de 20 de abril de 2001 que altera a estrutura operacional do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE, cria o Conselho do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - COMAE, e extingue o Comitê Executivo - COEX. Esta medida foi a responsável pela intervenção da Aneel no mercado, que iniciou provisória e acabou consolidada pela Lei 10.433 de 24 de abril de 2002 (ANEEL, 2009). Ou seja, a atuação do mercado brasileiro de energia elétrica, bem como todas suas medidas operacionais, atualmente, têm que passar pelo crivo da Aneel.

Resumidamente, o modelo em questão tem como características principais: (i) a criação das “figuras” da energia existente, também chamada de energia velha e da energia de novos empreendimentos, também chamada de energia nova, criando formas distintas de comercialização dessas energias; (ii) a existência de dois ambientes de contratação, o Ambiente de Contratação Livre - ACL e o Ambiente de Contratação Regulada - ACR; (iii) o “retorno” ao planejamento setorial e criação do planejamento energético, com a criação da Empresa de Pesquisa Energética - EPE, vinculada ao MME; (iv) a extinção do MAE e criação da Câmara de Comercialização de Energia - CCEE, com funções mais abrangentes; e (iv) a redefinição dos papéis do MME, que passa a ser o executor da política energética emanada do

Conselho Nacional de Política Energética - CNPE e da Aneel, que passa a ter a função exclusiva de regulação e fiscalização (VIANNA, 2009). A estas instituições citadas por Vianna (2009) acrescentam-se o CNPE e o ONS, conforme já descritos acima e ilustrado abaixo, conferindo assim ao sistema uma grande estruturação, no sentido de homogeneizar a atuação de suas partes, conforme ilustra a figura 05:

A figura mostra que há grande estruturação no setor, tendo em vista que as políticas e diretrizes, tanto para empresas privadas quanto para empresas públicas estão centralizadas no Congresso Nacional e Poder Executivo. Ademais o controle e supervisão das operações e mesmo da forma corporativa das companhias também está centralizado em dois agentes (ONS e Aneel), que estabelecem regras rígidas (vide apêndice 1) para a atuação das empresas no setor. Até mesmo as regras de comercialização são passíveis de estruturação centralizada, embora em órgão colegiado das companhias, conforme se constata pela operação da CCEE, descrita nesta pesquisa.

Figura 5 – Estruturação no campo da energia elétrica no Brasil



Fonte: Aneel, 2009. Diagrama de elaboração própria. www.aneel.gov.br.

Outra evidência do tipo de racionalidade subjacente ao discurso detectado pode ser obtida pela análise dos tipos de ações de responsabilidade social corporativa, considerando as

áreas em que as companhias investem e relatam em seus balanços sociais. Analisando todos os balanços foi possível classificar todas as ações de responsabilidade social corporativa em:

- **Internas:** capacitação, saúde dos empregados, previdência e segurança;
- **Externas:** ambiental, cidadania, educação, cultural, eficiência energética.

O quadro 43 apresenta a comparação entre as ações desenvolvidas pelas companhias. Em simples análise podemos perceber que há uma repetição dos tipos de ação. Parece que são tomadas iniciativas que já funcionaram em outras companhias e estas práticas disseminam-se pelas demais, numa característica bastante funcional da racionalidade subjacente, tendo em vista que a imitação é bastante comum na racionalidade instrumental.

Quadro 43 – Comparação entre os tipos de ação de RSC

		EMPRESA							
TIPO DE AÇÃO		CEMIG	CELESC	COELCE	CPFL	ENERGISA	DUKE	COPEL	EDP
	AMBIENTAL	X	X	X	X	X	X	X	X
	CIDADANIA	X	X	X	X	X	X	X	X
	EDUCAÇÃO	X	X	X	X	X	X	X	X
	CAPACITAÇÃO	X	X	X	X	X	X	X	X
	CULTURAIS	X	X	X	X	X	X	X	X
	PREVIDÊNCIA	X	X	X	X	X	X	X	X
	SAÚDE	X	X	X	X	X	X	X	X
	EFICI. ENERG.	-	-	X	X	-	-	X	X

Fonte: Balanços contábeis de todas as companhias, 2009.

4.5.1.2. Análise da Legislação do Setor

Não há como analisar as ações de responsabilidade social corporativa das companhias sem dedicar um trecho de tal análise aos impactos governamentais, como agente regulador e detentor do direito de exercer violência sobre as organizações. A partir do fim da década de oitenta e, com mais intensidade, da década de noventa, o setor de energia elétrica, em todo o mundo, vem caminhando paulatinamente em direção a uma estrutura de mercado caracterizada por algum grau de competição, onde a obrigatoriedade de servir, em alguns segmentos da cadeia produtiva, vai sendo substituída por um enfoque de mercado. Outros setores como telecomunicações e indústria de petróleo são exemplos desta tendência (SILVA, 2001).

No Brasil, este processo de reestruturação, orientado para a busca da competição, foi iniciado em 1995, com a Lei das Concessões, exigindo uma série de implementações

institucionais posteriores, dentre elas o livre acesso às redes de transmissão e distribuição, a criação de novos agentes voltados para o mercado, como o produtor independente de energia, o consumidor livre e o comercializador, além da implantação do ONS, do MAE e da Aneel (MME, 2009).

As leis nºs 10.847 e 10.848, de 15/03/2004 implementaram o novo modelo para o setor elétrico brasileiro, com um arranjo institucional que valoriza as concessionárias de serviço público e mantém a desverticalização das atividades (Aneel, 2009). Estas leis também estabeleceram uma série de outras obrigações para as organizações do setor elétrico, juntamente com outras listadas no apêndice 1 deste trabalho. Para melhor esclarecimento da análise feita aqui, o quadro 44 apresenta relações entre algumas leis específicas e ações de responsabilidade social corporativa das companhias. O que se quer mostrar é que a legislação brasileira também é ator preponderante na origem da racionalidade que gera as ações de RSC.

Quadro 44 – Análise conjunta da estruturação legal no setor elétrico

Norma Considerada	Impacto nas Companhias	Análise
Lei 10.097/2000	A Lei aponta para a necessidade das companhias buscarem a intermediação da mão-de-obra do adolescente para as empresas.	A existência desta lei contribui para explicar a motivação de várias das ações de RSC das companhias em torno de programas de capacitação de jovens menores. Ação de caráter meramente instrumental (INS – LG – Legal).
Lei 8.685/93 e Lei 8.313/91	– Lei do Audiovisual, é a lei que permite à pessoa jurídica abater até 3% de seu imposto de renda a título de doações para a produção audiovisual. Lei Federal de Incentivo à Cultura conhecida também por Lei Rouanet, é a lei que institui políticas públicas para a cultural nacional, como o PRONAC - Programa Nacional de Apoio à Cultura.	A existência destas leis contribui para explicar a motivação de várias das ações de RSC das companhias em torno de programas de apoio à cultura. Ação de caráter meramente instrumental (INS – LG – Legal).
Lei 8.987/95 e Lei 9.074/95	Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal. Estabelece normas para outorga e prorrogações das concessões e permissões de serviços públicos.	Estas duas leis estabelecem grande dependência entre as companhias e os governos estaduais e federal, tendo em vista que estabelecem diversos regramentos a serem cumpridos, inclusive no aspecto de investimentos em cultura, ambiente e nas sociedades em que atuam. O cumprimento dos preceitos das normas leva a ações de RSC de caráter instrumental também.
Lei 10.604/02	Dispõe sobre recursos para subvenção a consumidores de energia elétrica da Subclasse Baixa Renda.	Esta lei obriga as companhias a cumprir metas anuais de atendimento a populações de baixa renda, resultando em algumas das ações de RSC notadas nos balanços sociais, normalmente incluídas como ações ligadas à cidadania, como o Projeto Fred (CEMIG), Projetos de subvenção na compra de novos refrigeradores, educação ambiental de comunidades e outros.
Resolução 433/03	Estabelece os procedimentos e as condições para início da operação em teste e da operação comercial de empreendimentos de geração de energia elétrica.	Esta resolução estabelece uma série de medidas ambientais que devem ser adotadas pelas geradoras, visando diminuir o impacto da instalação dos equipamentos geradores (usinas termelétricas, hidrelétricas, eólicas e nucleares). O cumprimento de tais obrigações leva ao surgimento de ações de RSC ambientais. Ação de caráter puramente instrumental.

Quadro 434 – Análise conjunta da estruturação legal no setor elétrico (continuação)

Norma Considerada	Impacto nas Companhias	Análise
Rel. 061/04	Estabelece as disposições relativas ao ressarcimento de danos elétricos em equipamentos elétricos instalados em unidades consumidoras, causados por perturbação ocorrida no sistema elétrico.	Parece gerar algumas das ações de RSC ligadas à educação da população e à proteção ambiental de animais como: ações de educação que levam a população a tomar mais cuidado com a prática de ‘soltar’ pipas, evitar ‘gambiarras’ nas linhas elétricas e evitar sobrecarga dos aparelhos; e ações ambientais como isolamento de redes elétricas para evitar choques e eletrocução em animais silvestres. Ações de caráter meramente instrumental.
Rel. 063/04	Aprova procedimentos para regular a imposição de penalidades aos concessionários, permissionários, autorizados e demais agentes de instalações e serviços de energia elétrica, bem como às entidades responsáveis pela operação do sistema, pela comercialização de energia elétrica e pela gestão de recursos provenientes de encargos setoriais.	Esta lei explica a implantação de ações de RSC ligadas ao apoio e ao desenvolvimento de setores definidos como prioritários pelo Governo e inseridas nos regimentos de concessão. Caso as companhias não sigam o definido no marco regulatório da concessão e/ou permissão esta lei estabelece as penalidades, coagindo as companhias a adotar ações, principalmente ambientais e educacionais. Ações de caráter meramente instrumental.
Lei 10.438/02	Cria o Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica (PROINFA) e dá outras providências.	Esta legislação permite que hajam incentivos financeiros às companhias que invistam em fontes de energia menos agressivas ao ambiente como a eólica e solar. Tais iniciativas das companhias são usualmente inseridas como ações de RSC ambiental, conforme se nota nos balanços de CPFL, CEMIG, COELCE, CELESC e ENERGISA.
Lei 6.404/76 e Lei nº 11.638/07	Dispõe sobre as sociedades por ações, estabelecendo regras sobre demonstrações contábeis, responsabilidade dos proprietários, transparência etc. Inclui no rol de obrigadas à transparência nas demonstrações contábeis as empresas de grande porte, mesmo que não sejam companhias abertas e com ações negociadas na bolsa de valores., além de aumentar o nível de exigências no tocante à clareza das informações inseridas nos demonstrativos em geral.	A transparência das informações sobre os processos das companhias é anunciada, nos balanços contábeis e sociais de todas as empresas analisadas como medidas de governança corporativa e de RSC. Esta lei obriga esta transparência, junto com outras determinações da CVM (conforme mostradas no apêndice 1).

Fonte: Aneel - www.aneel.gov.br. Acesso em 20/10/2009. Quadro de elaboração própria.

Após a apresentação dos resultados da pesquisa o próximo capítulo apresenta as conclusões e considerações finais, com a discussão dos resultados apresentados, a comparação com estudos anteriores, a ligação das conclusões com a pergunta e objetivos da pesquisa e também o elenco da utilidade desta pesquisa para o avanço neste campo do conhecimento, bem como sugestões do que pode ser realizado no futuro para trazer ao campo da responsabilidade social corporativa uma teoria mais sólida que sustente este campo do conhecimento humano tão importante para o desenvolvimento das organizações em perfeita integração com a sociedade.

5. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa que originou esta dissertação realizou um estudo exploratório e descritivo sobre a relação entre discursos de responsabilidade social corporativa e a racionalidade substantiva e/ou instrumental, em corporações brasileiras com papéis negociados na Bovespa, buscando uma possível explicação para o surgimento do fenômeno e também para sua disseminação entre as corporações atuais.

Para este fim, a pesquisa identificou e descreveu os discursos de responsabilidade social de corporações brasileiras com papéis negociados na Bovespa, apresentou conceitos de corporação, racionalidade substantiva, racionalidade instrumental, e responsabilidade social corporativa, identificou ainda a presença de elementos da racionalidade substantiva e da racionalidade instrumental nos discursos de responsabilidade social dessas empresas, verificando a predominância da racionalidade instrumental.

No transcorrer da pesquisa descobriu-se que uma simples análise de conteúdo não poderia correlacionar positivamente um tipo de racionalidade às ações do mundo real. Ainda assim, a possibilidade de detectar a racionalidade subjacente à tomada de decisão quanto à responsabilidade social corporativa, mesmo que percebida pelo discurso apenas, traz para o tema um aprofundamento maior, posto que estudiosos como os apontados no referencial teórico, fazem distinção entre a racionalidade substantiva e a instrumental, apontando aquela como superior a esta, sendo que no caso de Ramos (1981) chega-se a afirmar que apenas práticas oriundas da racionalidade substantiva são calcadas em valores reais e, portanto, somente assim poderiam subsistir de forma perene.

Vital para o entendimento das conclusões a que se chegou nesta pesquisa é salientar que todas as empresas analisadas fazem contabilidade Sócio-Ambiental. Segundo Kraemer (2005), a Contabilidade Sócio-Ambiental é a contabilização dos benefícios e prejuízos que o desenvolvimento de um produto ou serviço pode trazer ao meio ambiente e à sociedade, ou seja, é um conjunto de ações planejadas para desenvolver um projeto, levando em conta a preocupação com o meio ambiente e a sociedade.

Em outras palavras, a Contabilidade Sócio - Ambiental é o registro dos bens, direitos e obrigações ambientais e sociais de uma determinada empresa e suas respectivas mutações. Percebeu-se, ao longo da pesquisa, que somente fazendo este controle, e tendo objetivos bem definidos, é possível praticar a responsabilidade social corporativa de maneira sustentável,

quando se considera o principal ator como as organizações, neste estudo as corporações.

Neste sentido pode-se perceber, ao longo da pesquisa, que todas as companhias têm mecanismos estruturados para acompanhar, mensurar, registrar e comunicar todas as ações de responsabilidade social corporativa que consideram relevantes, podendo se considerar tal prática consolidada entre as empresas envolvidas. Por isso, considera-se a análise de tais demonstrativos boa ferramenta para a captação dos sentidos do discurso de tais organizações no tocante à responsabilidade social corporativa, e antecipa-se a clara preponderância do discurso instrumental, em resposta à pergunta desta pesquisa.

Ao chegar ao capítulo de conclusões, tendo-as todas formadas, vê-se como o caminho para a compreensão do fenômeno da responsabilidade social corporativa é tortuoso. Vê-se reafirmada a necessidade de laborar em áreas menos normativas do tema e a necessidade de uma abordagem multicêntrica, conforme Ramos (1981) defendeu.

Abordagem multicêntrica, na concepção desta pesquisa, é não considerar apenas o desenvolvimento humano como o foco, da organização e sim ter alguns focos que, combinados, geram valor para a sociedade. A pesquisa, demonstrou que a racionalidade tradicional (baseada na racionalidade instrumental) voltada para os resultados organizacionais não se confunde com a racionalidade da vida humana em geral, conforme já mostrava há muito tempo Barnard (1938, p. 26).

Parece, então, que, em se tratando de corporações, com as definições emanadas aqui, não se pode realmente confundir as racionalidades de uns com os outros e não se pode estender os resultados e conclusões encontrados seja aos indivíduos pertencentes à organização, seja a sua coletividade.

O fenômeno da responsabilidade social corporativa está aí e tudo indica que veio para ficar. As pessoas, as organizações, governos e a sociedade em geral terão que aprender a lidar com ele. Ao analisar o surgimento das organizações nos moldes modernos e o aumento de sua influência na vida humana, incluindo o deslocamento dos valores da sociedade pelos valores organizacionais (cultura organizacional ou qualquer nome que se queira dar), a busca por uma presença cada vez mais absolutizante no cotidiano das pessoas, os danos causados por sua atuação, sejam danos ambientais, sociais ou culturais, pode-se quase dizer que este fenômeno era previsível. Haveria de surgir um mecanismo de compensação.

Parece que o discurso monológico sobre o tema, conforme identificado por Gomes e Moretti (2007) e percebido nesta pesquisa, preponderou no desenvolvimento do conceito na literatura nacional. Conceitos como eficácia, lucratividade, eficiência e resultados são comuns ao discurso da responsabilidade social corporativa e à racionalidade instrumental, sendo que figuram como fins da ação organizacional, determinados na base de cálculos utilitários.

Os estudos classificados por Scherer e Palazzo como Habermasianos II, constituem-se, infere-se, em boa perspectiva de aprofundar o conhecimento do tema, trazendo teorias mais sólidas da ciência social, seja a aplicada ou não, para esclarecer as reais origens da necessidade que gerou o surgimento da responsabilidade social corporativa. Neste sentido, Guerreiro Ramos pode contribuir de forma significativa.

Segundo Guerreiro Ramos (1981, p. 135) as organizações econômicas, têm exigências próprias que não coincidem, necessariamente, com aquilo que é requerido pela boa qualidade da existência humana em geral. Tais exigências impõem uma racionalidade toda própria. Ramos que dizer que se espera encontrar um tipo de racionalidade nas organizações, tendo em vista a natureza delas. Comparando tal afirmativa com os achados desta pesquisa, pode-se inferir que a racionalidade instrumental parece ser obrigatória nas empresas. Ramos (1981, p. 132) ainda acrescenta que:

“O sistema de mercado encontrou condições excepcionais para estabelecer seu comando sobre a vida social durante a chamada revolução industrial. A indústria tornou-se, agora, uma peça fundamental, um componente do sistema de mercado. A produção industrial apóia-se antes nas leis da mecânica do que em qualquer destreza pessoal particular, condicionando o homem, eficazmente, a concordar com suas exigências operacionais. [...] Em outras palavras, espera-se que o homem não se ocupe adequadamente, nem se exprima livremente, em relação à tarefa que lhe foi designada; espera-se dele que trabalhe.”

Também esclarecedora é a seguinte ponderação (GUERREIRO RAMOS, 1981, p. 136):

“O comportamento administrativo é intrinsecamente vexatório e incompatível com o pleno desenvolvimento das potencialidades humanas. [...] O sistema de mercado só atende a limitadas necessidades humanas, e determina um tipo particular de cenário social em que se espera do indivíduo um desempenho consistente com regras de comunicação operacional, ou critérios intencionais e instrumentais, agindo como um ser trabalhador. O comportamento administrativo, portanto, é conduta humana condicionada por imperativos econômicos.”

No quadro 42 desta dissertação percebe-se que a análise identificou, com base nos indicadores criados, apenas dois indícios de racionalidade substantiva nos discursos ligados às ações de responsabilidade social corporativa das empresas estudadas. Conforme já asseverado não se pode partir desta conclusão para outra que conjecture sobre a preponderância da

racionalidade instrumental nas *ações*, mas se pode concluir que a racionalidade instrumental é preponderante no *discurso*, com todas as implicações que o discurso possa ter para a compreensão das ações das entidades envolvidas.

Por exemplo, analisando o indicador INS – LG (categoria Legal) , que indica ações tomadas para evitar sanções legais, vemos que esta preocupação existe fundamentalmente com as empresas que têm maioria de suas ações em mãos da iniciativa pública (grande dependência do Governo), enquanto que as empresas da iniciativa privada têm grande preocupação com o marketing institucional e com sua imagem, conforme refletido nos indicadores INS – MK (categoria Marketing) e INS – IM (categoria imagem).

Esta constatação se encaixa de maneira muito justa à abordagem estratégica (ou teoria dos stakeholders em seu sentido mais amplo), posto que as organizações parecem estar utilizando a responsabilidade social corporativa como instrumento que permite ganhos múltiplos (ou o impedimento de perdas múltiplas) seja com imagem, seja com impedimento da incorrência em infrações legais, ou mesmo no desagrado da sociedade em geral.

É importante frisar também que todas as empresas inserem as ações de responsabilidade social corporativa em seus planejamentos estratégicos, criam indicadores de mensuração e estabelecem metas, conforme consignado em seus balanços e já comentado no capítulo de resultados e análises. Ou seja, as ações de responsabilidade social corporativa surgem de um processo calculado, onde perdas financeiras em nome de ‘investimentos’ não são consideradas alternativas viáveis.

Nesta conclusão é importante apresentar também um estudo que ocorreu de maneira concomitante a este, porém estudando empresas na China. O trabalho, premiado como o melhor paper apresentado ao Congresso 2009 da *Academy of Management* (EUA) tem o título ‘*Institutional or Instrumental: what affects corporate social responsibility behavior in emerging economies?*’ (Institucional ou Instrumental: o que afeta o comportamento de Responsabilidade social corporativa em economias emergentes?). O estudo foi conduzido pelos professores Xiaowei Luo (University of Illinois) e Jianjun Zhang (Peking University).

O estudo, segundo Luo e Zhang (2009), foi motivado pela necessidade de um arcabouço estruturado sobre como o conceito instrumental e condições institucionais podem moldar o comportamento de responsabilidade social corporativa e pela baixa frequência de pesquisas empíricas sobre as causas do surgimento e disseminação do fenômeno.

O estudo, que adotou abordagem quantitativa, encontrou evidências de que as grandes companhias chinesas tiveram ações de responsabilidade social corporativa por razões instrumentais (LUO e ZHANG, 2009). As principais conclusões do estudo foram (LUO e ZHANG, 2009):

I. A competição intensa na China tornou as empresas conscientes da necessidade de responsabilidade social corporativa como um canal de marketing e as firmas agem em medidas proporcionais a suas necessidades mercadológicas (categoria Marketing – INS-MK neste estudo);

II. Empresas com alta-reputação (categoria Imagem – INS-IM neste estudo), agiram de maneira estratégica (categoria Estratégia – INS-ES neste estudo) em suas ações de responsabilidade social corporativa, sendo que são as primeiras a reagir quando a sociedade precisa de uma de tais ações;

III. As grandes corporações da China tiveram ações de responsabilidade social corporativa como resultado de influências institucionais;

IV. Empresas que tinham ligações públicas mais fortes (categoria Legal – INS-LG) participaram com mais ênfase nas ações de responsabilidade social corporativa, mesmo considerando que ainda não há um marco legal estabelecido para o setor na China.

Embora tenham partido de premissas distintas e não tenham usado o mesmo método, tipo de pesquisa e abordagem, além de referencial teórico, o estudo chegou às mesmas conclusões, de maneira concomitante, que esta pesquisa. Há evidências, conforme consignado no discurso analisado, de que as ações de responsabilidade social corporativa são originadas com preponderância pela racionalidade instrumental.

Para Ramos (1981) a sociedade em que vivemos tomou uma forma excessivamente centrada nas atividades econômicas. O mercado, sua expressão simultaneamente concreta e simbólica, pauta o ritmo das atividades e grande parte do espírito das relações entre as pessoas e destas com as instituições. A racionalidade funcional tende a se impor à racionalidade substantiva, transformando pessoas e cidadãos em consumidores, priorizando este aspecto sobre as demais dimensões humanas. O paradigma paraeconômico busca romper esta centralidade em direção a um perspectiva multicêntrica, uma *unitas multiplex* (Ramos, 1981, p. 182) para superar os obstáculos, na construção de uma nova sociedade mais justa.

A hegemonia da ética das finalidades, típica do mercado, sobre a ética de valores, típica da sociedade, conduz a um discurso monológico no qual predominam aspectos praxiológicos sobre os axiológicos (GOMES e MORETTI, 2007, p. 280).

Este trabalho não toca em questões axiológicas quanto à origem das ações de responsabilidade social corporativa, posto que apenas interpretativo e não crítico, mas mostrou que há claros indícios de racionalidade instrumental nos discursos de responsabilidade social corporativa das empresas. O estudo realizado propõe-se a compor mais uma abordagem ao estudo da Responsabilidade social corporativa, contribuindo também para que novas pesquisas, inclusive com métodos quantitativos, possam ser realizadas buscando maior compreensão do fenômeno, aprofundando e ampliando o referencial teórico, com trânsito em áreas menos normativas.

O estudo contribui também com a introdução de um modelo conceitual que trata do tema, mostrando sua relevância pelo fato de não haver, dentre as obras consultadas para a elaboração da pesquisa, nenhum modelo desenvolvido. Introduce uma nova perspectiva para pesquisas futuras, que é a de associar os conceitos de RSC aos de Racionalidade Instrumental e Substantiva e, numa contribuição prática, fornece aos praticantes da Responsabilidade Social (os Gerentes) base conceitual para a introdução da RSC de maneira que contemple todas as vertentes necessárias para sua sustentabilidade organizacional.

Conclui-se com recomendações que poderão ser úteis a novos pesquisadores do tema: realizar estudos similares em organizações que não sejam classificadas como corporações, conforme definidas nesse trabalho, posto que os resultados podem se demonstrar sensivelmente diferentes; realizar estudos similares em corporações de outros setores da economia, pela mesma razão exposta anteriormente; e o uso de métodos de pesquisa que permitam associar e comparar a racionalidade das pessoas que integram as corporações às racionalidades das corporações como ente separado.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1998.
- ADORNO, T.W. HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2006.
- ALESSIO, R. **Responsabilidade Social das Empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?** Porto Alegre: EDIPUCS, 2008.
- AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA. **A Aneel**. Disponível em www.aneel.gov.br. Acesso em 12/10/2009.
- _____. **Brasília: BIG, 2009**. Disponível em www.aneel.gov.br. Acessado em 08/09/2009.
- BACKMAN, J. **Social responsibility and accountability**. New York: New York University Press, 1975.
- BAJAY, S. V. **Reestruturação do MME e criação de um órgão de apoio, Departamento Nacional de Política Energética**. Brasília: Secretaria de Energia, Ministério de Minas e Energia, 2001. Relatório técnico
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. ed. rev. Atual. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BARNARD, C. I. **Organizações como sistemas cooperativos**. In: ETZIONI, A. Organizações complexas: um estudo das organizações em face dos problemas sociais. São Paulo: Atlas, 1971. p. 26-29.
- BARROS, R. MENDONÇA, R. **Investimentos em Educação e Desenvolvimento Econômico**. Working paper. Rio de Janeiro: IPEA, 1997.
- BASU, K. PALAZZO, G. **Corporate Social Responsibility: A Process Model of Sensemaking**, Academy of Management Review, Danvers –MA, Vol. 33, No. 1, p. 122–136, 2008.
- BAKHTIN, M. **The Problem of the Text in Linguistics, Philology, and the Human Sciences: An Experiment in Philosophical Analysis**. Speech Genres and Other Late Essays. Trans. Vern W. McGee. Ed. Caryl Emerson and Michael Holquist. Austin: University of Texas Press, 1986. pgs. 103-31.
- BISPO, P. **Cultura: porta da diversidade na CPFL Energia**. Disponível em www.rh.com.br/portalesponsabilidadesocial> Acesso em: 05 de set. 2009.
- BLUMBERG, P. **The multinational challenge to corporation law: The Search for a New Corporate Personality**. London: Oxford, 1993.
- BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. 3 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- BOVESPA. **Em Boa Companhia. Responsabilidade Social: Compromisso e respeito com o bem-estar da sociedade**. Disponível em <http://www.bovespa.com.br>, Acessado em 07/07/2009.
- BOWEN, F. **Corporate Social Strategy: Competing Views from Two Theories of the Firm**. Journal of Business Ethics, New York, nº 75, 2007. p. 97–113.
- BRASIL (2). **Lei das S.A. Nº 6.404/76**. Dispõe sobre as sociedades por ações. Planalto. Disponível em www.planalto.gov.br. Acessado em 12/08/2009.
- BURRELL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organizational Analysis**. London: Heinemann Educational Books, 1979.
- CAMPANÁRIO, M. A.; MORETTI, S. L.M. **Produção Intelectual Brasileira em Responsabilidade Social Empresarial – RSE sob a Ótica da Bibliometria**. RAC, Curitiba, v. 13, Edição Especial, art. 5, p. 68-86, Junho 2009.
- CARROLL, A. B. **A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance**. Academy of Management Review, Danves – MA, Vol. 4, No. 4. 1979. p. 497-505.
- CÂMARA DE COMERCIALIZAÇÃO DE ENERGIA ELÉTRICA. **Institucional**. Disponível em www.ccee.org.br, Acesso em 12/10/2009.

- CELESC. **Informações Institucionais**. Disponível em www.celesc.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- CEMIG. **Manual de Organização: Seção 02 – Políticas**. Belo Horizonte, Disponível em www.cemig.com.br, Acessado em 2009.
- CHANDLER, A. D. **Organizational Capabilities and the Economic History of the Industrial Enterprise**. The Journal of Economic Perspectives, Nashville, Vol. 6, No. 3. (Summer, 1992), pp. 79-100.
- COELCE. **Informações Institucionais**. Disponível em www.coelce.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- COLITO, M.C.E. **A Construção de Usinas Hidrelétricas e os Impactos Sobre a População e o Espaço: Comunidades Rurais ameaçadas pela U.h. de Jataizinho - Rio Tibagi /Pr**. In: VI Congresso de Ciências Humanas Letras e Artes, 1999, Viçosa, agosto 1999. Disponível em http://www.ssrevista.uel.br/c_v2n2_usinas.htm. Acessado em 28/09/2009.
- CPFL ENERGIA. **Informações Institucionais**. Disponível em www.cpfl.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- DA SILVA, W. et al. **A Influência das Redes de Relações Corporativas no Desempenho das Empresas do Novo Mercado da BOVESPA**. *Revista Brasileira de Finanças, São Paulo*, 2008 Vol. 6, No. 3, pp. 337–358.
- DAVIS, K. **Can business afford to ignore social responsibilities?** California Management Review, Berkeley, Vol. 2 (3), 1960. p. 70-76.
- DENTCHEV, N. **Corporate Social Performance: Business Rationale Competitiveness Threats and Management Challenges**, 2005. 232 p. Tese de Doutorado: Univesiteit Geint.
- DUKE ENERGY. **A Companhia**. Disponível em www.duke-energia.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- ECO, H. **Como se Faz uma Tese**. Ed. 19. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- EDP. **Informações Institucionais**. Disponível em www.energiasdobrasil.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- EELLS, R., AND WALTON, C. **Conceptual foundations of business**. Homewood, III: Richard D. Irwin, 1961.
- EISENHARDT, K. M. **Building Theory from Case Study Research**. Academy of Management Review, Danvers –MA, vol. 14, nº 4, p. 532-550, 1989.
- ESCELSA. **Informações Institucionais**. Disponível em www.eselsa.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- FAVARETTO, J. A. **Biologia — Volume Único**, 1999 e **Biologia — Uma abordagem evolutiva e ecológica**. Editora Moderna. São Paulo: 1997. Capturado em julho 2005. Online. Disponível EM: <http://www.moderna.com.br/moderna/fisica/faces/Cap.43.pdf>. Acessado em 01/10/2009.
- FERNANDES, C. A. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. 2. ed. São Carlos: Claraluz, 2007.
- FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Loyola, 1998
- FRANCO, M. L. P. B. **Análise de conteúdo**. Brasília: Plano Editora, 2003.
- FREEMAN, R.E. **Teorias do Público Interessado**. In: COOPER, C.L. ARGYRIS, C. (org.). Dicionário Enciclopédico de Administração. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente et al. São Paulo: Editora Atlas, 2003.
- FREITAS, H; JANISSEK, R. **Análise léxica e análise de conteúdo**. Porto Alegre: Sphinx: Editora Sagra Luzzatto, 2000.
- FRIEDMAN, M. **Capitalism and Freedom**. 40ª Ed. Chicago: The University of Chicago Press, 2002.

- GEVA, A. **Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between Theory, Research, and Practice**. Business and Society Review, Malden - MA 113:1, 2008. p. 1-41.
- GIDDENS, A. **Política, Sociologia e Teoria Social: o futuro da política radical**. São Paulo: UNESP, 1996.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOMES A. MORETTI, S. **A Responsabilidade e o Social: Uma Discussão Sobre o Papel das Empresas**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2007.
- GRUPO ENERGISA. **Informações institucionais**. Disponível em www.energisa.com.br, Acessado em 16/10/2009.
- HABERMAS, J. **The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society**. Boston: Beacon Press, 1984.
- _____. **Comentários à Ética do Discurso**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.
- HOBBS, T. **Leviathan**. London: Macmillan, 1974.
- HORKHEIMER, M. ADORNO, T.W. **Dialectic of Enlightenment**. New York: Herder and Herder, 1972.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas**. Rio de Janeiro, 2009.
- IIZUKA, E. S. SANO, H. **O Terceiro Setor e a Produção Acadêmica: Uma Visita aos Anais dos ENANPADs de 1990 a 2003**. In: Anais do 28o Enanpad. Curitiba: ANPAD. 2004. CD-ROM.
- INATOMI, T. A. H. UDAETA, M. E. M. **Análise dos Impactos Ambientais na Produção de Energia Dentro do Planejamento Integrado de Recursos**. Monografia. USP – São Paulo, 2007.
- JOHANSSON, E. OLÉN, S. **Implementing CSR in Supply Chains**. Thesis. Växjö University, School of Social Sciences, 2009.
- JONES, M. T. **The Transnational corporation, corporate social responsibility and the ‘outsourcing’ debate**. The Journal of American Academy of Business, Cambridge, n.2, p. 91-7, mar. 2005.
- KALBERG, S. **Max Weber's Types of Rationality: Cornerstones for the Analysis of Rationalization Processes in History**. The American Journal of Sociology, Chicago, Vol. 85, No. 5 (Mar. 1980), p.1145-1179. Ed. The University of Chicago Press. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2778894>. Accessed: 16/02/2009 06:57
- KANT, I. **Crítica da razão pura**. 4ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.
- KHANNA. V. **The Economic History of the Corporate Form in Ancient India**. Michigan: University of Michigan, 2005.
- KRAEMER, M. E. P. **Contabilidade ambiental: relatório para um futuro sustentável, responsável e transparente**, Revista Pensar Contábil, Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro – RJ, ano 8, ago./out.2005.
- KRAKMAN, R. et al. **The Anatomy of Corporate Law: A Comparative and Functional Approach**. Londres: Oxford, 2004.
- KROETZ, C. E. S. **Balço Social. Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LAKATOS, E. M. MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- LEAL, M. J. CAMURI, W.C. **A Governança Corporativa e os Modelos Mundialmente Praticados**. Revista de Ciências Gerenciais, Valinhos – SP, Vol. XII, nº 15, p. 59-74, nov. 2008.
- LUO, Z. ZHANG, J. **Institutional or Instrumental: What Affects Corporate Social Responsibility Behavior in Emerging Economies?** In: Academy of Management Meeting, 2009, Chicago.

- MANHEIM, K. WIRTH. L. **An Ideology and Utopia: A Introduction to the sociology of knowledge**. New York: Harcourt, Brace & World, 2008.
- MANNHEIM, K. **Men and Society in an age of reconstruction**. New York: Harcourt, Brace & World, 1940.
- MANNE, H., AND WALLICH, H. C. **The modern corporation and social responsibility**. American Enterprise Institute for Public Policy Research: Washington, D.C, 1972.
- MARGOLIS, J. D. WALSH, J. P. **Misery loves companies: rethinking social initiatives by business**. Administrative Science Quarterly, Ithaca, n. 48, p. 268-30, 5, 2003.
- MCGUIRE, J. W. **Business and society**. New York: McGraw-Hill, 1963.
- MCWILLIAMS, A. **Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?**. Strategic Management Journal, Chicago, v. 21, p. 117-27, 2001.
- MEYER, J.W. ROWAN, B. **Institutional organizations: Formal structure as myth and ceremony**, American Journal of Sociology, Chicago, nº 83. 1977. p. 340-363.
- MICKLETHWAIT, J. WOOLDRIGE, A. **A Companhia: breve história de uma idéia revolucionária**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2003.
- MILES, M. B. HUBERMAN, A. M. **Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook**. London: Sage, 1994.
- MINAS GERAIS. Governo do Estado. **Cemig está incluída no novo índice global da Dow Jones**. Belo Horizonte, 17/nov. 2008. Disponível em www.mg.gov.br, Acessado em 16/10/2009.
- MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA. **Institucional, Comitês e Conselhos**. Disponível em www.mme.gov.br, Acesso em 15/09/2009.
- _____. Assessoria de Comunicação Social. **O Novo Sistema Elétrico Brasileiro**. Brasília: MME, 2009. Disponível em www.mme.gov.br. Acessado em 08/09/2009.
- MONKS, R. A.G. MINOW, N. **Corporate Governance**. 3ª Ed. Oxford: Blackwell, 2004.
- MULLER, L. H. A. **Livre Mercado**. Civitas, Porto Alegre, v. 3, nº 2, jul.-dez. 2003, p. 301-325.
- NETO, F.P.M. BRENNAND, J. M. **Empresas Socialmente Sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- NORTH, D.C. **Institutions: Institutional change, and economic performance**. New York: Cambridge University Press, 1990.
- OLIVEIRA, M. C. et al. **Os efeitos da adoção dos conceitos e das práticas de Governança Corporativa na Transparência das Informações Evidenciadas por Empresas Brasileiras do Setor de Papel e Celulose**. Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. Disponível em <http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&lr=&q=O+papel+da+CVM+&btnG>. Acessado em 18/06/2009.
- OPERADOR NACIONAL DO SISTEMA – ONS. **Conheça o Sistema**. Disponível www.ons.gov.br, Acesso em 14/10/2009.
- _____. **Institucional: Membros Associados e Participantes do SIN**. Brasília, ONS, 2009. Disponível em www.ons.org.br. Acessado em 08/09/2009.
- ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 4ª ed. Campinas: Pontes, 2002.
- PAGÉS, M et al. **O Poder das Organizações**. São Paulo: Atlas, 1987.
- PASSADOR, C. S. **A Responsabilidade Social no Enanpad**. Alcance - UNIVALI - Vol. 14 - n.3 p. 469 - 492 - Set / Dez 2007.
- PEREIRA, A.F.S. **Planejamento da Operação Energética e da Manutenção no Sistema Hidrotérmico de Potência Brasileiro**. Campinas, 2006, 153 fl. Dissertação (Mestrado em

Engenharia Mecânica) – Faculdade de Engenharia Mecânica, Universidade Estadual de Campinas.

PIMENTA, A.P.A. **Serviços de Energia Elétrica Explorados em Regime de Direito Privado**. Monografia. Brasília:UnB, 2009. Disponível em www.aneel.gov.br. Acesso em 22/09/2009.

PINTO, M. J. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PINZANI, A. **Introdução a Habermas**. São Paulo: Artmed, 2009.

POPPER, K. **Conhecimento Objetivo**. São Paulo: Edusp, 1975.

PORTER, M.; KRAMER, M.R. **A vantagem competitiva da filantropia corporativa**. Harvard Business Review, Boston, p. 43-54, dez. 2002.

RAMOS, A. G. **A Nova Ciência das Organizações: uma reconceituação da riqueza das nações**. Rio de Janeiro: FGV, 1981.

RAPPAPORT, A. **Establishing objectives for published corporate accounting reports**. The Accounting Review, Rathcliff, v. 39, n. 4, p. 951-962, out. 1964.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3ª Ed. rev. amp. São Paulo: Atlas, 1999. 334 p.

ROBERTS, S. KEEBLE, J. BROWN, D. **The Business case for corporate citizenship**. World Economic Forum, 2003.

SAMPSON, A. **O Homem da Companhia: Uma história dos executivos**. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SCHERER, A. G. PALAZZO, G. **Toward a Political Conception of Corporate Responsibility: Business and Society Seen from a Habermasian Perspective**. Academy of Management Review, Vanders – MA, Vol. 32, No. 4. 2007. p. 1096–1120.

_____. **Globalization, Transnational Corporations and the Future of Global Governance**. In: Handbook of Research on Global Corporate Citizenship. Cheltenham: Forthcoming, 2008.

SCOTT, W. R. **The Adolescence of Institutional Theory**. Administrative Science Quarterly, Nº 32, 1987. p. 493-511.

SERVA, M. ANDION, C. **Teoria das Organizações e a Nova Sociologia Econômica: Um Diálogo Interdisciplinar**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: FGV, Vol. 46, n. 2, 2006. p. 10-21.

SERVA, M. **O fenômeno das organizações substantivas**. Revista de Administração de Empresas: São Paulo: FGV, v.33, n.2, 1993. p. 36-43

_____. **A racionalidade substantiva demonstrada na prática administrativa**. Revista de Administração de Empresas: São Paulo: FGV, v.37, n.2, 1997. p. 18-30.

_____. **Abordagem substantiva e ação comunicativa: uma complementaridade frutuosa para a teoria das organizações**. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 31, n. 2, p. 108-34, 1997.

SILVA, A.R. L., et al. **Análise das variáveis que influenciam a adesão das empresas ao Índice Bovespa de Sustentabilidade Empresarial**. Focai Business School:Vitória, 2008.

SILVA, E. L. **Formação de preços em mercados de energia elétrica**. São Paulo: Editora Sagra-Luzzatto, 2001.

SILVA, J.O. **Acordo de acionistas e poder de controle na sociedade anônima brasileira**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: Instituto de Economia –UFRJ, 2005.

SMITH, A. **A riqueza das nações – investigação sobre sua natureza e suas causas**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

- SOUZA, W. J. **Responsabilidade social corporativa e o Terceiro Setor**. Brasília: Universidade Aberta do Brasil, 2008.
- STEINER, G. A. **Social policies for business**. California Management Review, Berkeley, 75(2), 1972 p. 17-24.
- TOCCHIO, L. **R.H. e sustentabilidade**. Disponível em www.revistarh.com.br Acesso em 05/10/2009.
- TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- VERGARA, S. C. CALDAS, M. P. **Paradigma Interpretacionista: a busca da superação do objetivismo funcionalista nos anos 1980 e 1990**. Revista de Administração de Empresas – RAE. São Paulo, Vol. 45, Nº 4. São Paulo: FGV, 2005.
- VIANNA, L.F.L. **As Associações Setoriais e um passeio pela História da Energia Elétrica no Brasil**. Disponível em < <http://www.apine.com.br> > Acesso em 06/10/2009.
- VOEGELIN, E. **On Readiness to Rational Debate**. In: Hynold, A. publ. Freedom and Serfdom. Dordrecht: D. Reidel, 1961.
- VOEGELIN, E. **Necessary moral bases for communication in a democracy**. In: Problems of communication in a pluralistic society. (Papers delivered at a conference on Communication, the fourth in a series of Anniversary Celebrations, March 20, 21, 22 and 23, 1956.
- VOGEL, D. **The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility**. Brookings Institution Press: Washington, DC, 2005.
- YIN, R. **Case Study Research**, Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1984.
- WARTICK, S.; COCHRAN, P.L. **The evolution of the corporate social performance model**. The Academy of Management Review, Vanders – MA, v. 10, n. 4, p. 758-69, oct. 1985.
- WEBER, M. **Economia e Sociedade**. Vol. 1. 4ª Ed. Tradução e revisão técnica de Gabriel Cohn. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.
- WINDSOR, D. **Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches**. Journal of Management Studies, Blackweel, 43:1 January 2003.
- WOOD, D.J. **Corporate Social Performance**. Academy of Management Review, Vanders – MA, v. 16, n. 14, p. 691-718, 1991.
- ZENISEK, T.J. **Corporate Social Responsibility: a conceptualization based on organizational literature**. The Academy of Management Review, Vanders – MA, v. 4, n. 3, p. 359-368, jul. 1979.

7. APÊNDICES E ANEXOS

7.1. Apêndice 01 – Arcabouço Jurídico

Dada a enorme complexidade e grande número de instituições atuantes, o Setor Elétrico é regido por uma série de normativos. Aqui, são apresentadas a parte da regulamentação do setor. Foram inseridas pelo autor somente as leis relevantes para as análises e/ou melhor compreensão do texto.

1.1. Leis

Lei 10.097/2000 - A Lei aponta para a necessidade dos programas desenvolvidos ao longo dos anos, realizarem o reordenamento, das ações, que busquem a intermediação da mão-de-obra do adolescente para as empresas. Aponta, ainda, a responsabilidade dos órgãos de fiscalização, que tem a função de acompanhar e orientar para que os serviços implementados estejam compatíveis com as diretrizes da legislação.

Lei 8.685/93 – Lei do Audiovisual, é a lei que permite à pessoa jurídica abater até 3% de seu imposto de renda a título de doações para a produção audiovisual.

Lei 8.313/91 - Lei Federal de Incentivo à Cultura conhecida também por Lei Rouanet, é a lei que institui políticas públicas para a cultura nacional, como o PRONAC - Programa Nacional de Apoio à Cultura. As diretrizes para a cultura nacional foram estabelecidas nos primeiros artigos, e sua base é a promoção, proteção e valorização das expressões culturais nacionais. O grande destaque da Lei Rouanet é a política de incentivos fiscais que possibilita as empresas (pessoas jurídicas) e cidadãos (pessoa física) aplicarem uma parte do IR (imposto de renda) devido em ações culturais.

Lei 6.404/76 – Dispõe sobre as sociedades por ações, estabelecendo regras sobre demonstrações contábeis, responsabilidade dos proprietários, transparência etc.

Lei nº 11.638/07 - Altera e revoga dispositivos da Lei no 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei no 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras.

Lei nº 6.385/76 - cria a CVM e disciplina o mercado de capitais (versão consolidada até 27/02/2002).

Lei nº 9.457/97 - Modifica dispositivos das Leis nº 6.385/76 e 6.404/76.

Lei nº 10.303/01 - altera e acrescenta dispositivos das Leis nº 6.385/76 e 6.404/76. Obs.: Os pontos vetados no projeto que foi analisado pelo Executivo foram restabelecidos pela Medida nº 08, de 31.10.2001, convertida na Lei 10.411, de 26.02.2002.

Lei nº 10.198/01 - Dispõe sobre a regulação, fiscalização e supervisão dos mercados de títulos ou contratos de investimento coletivo, e dá outras providências.

Lei nº 10.411/02 - Altera e acresce dispositivos à Lei no 6.385, de 7 de dezembro de 1976, que dispõe sobre o mercado de valores mobiliários e cria a Comissão de Valores Mobiliários.

Lei nº 11.076/04 - Dispõe sobre o Certificado de Depósito Agropecuário - CDA, o Warrant Agropecuário - WA, o Certificado de Direitos Creditórios do Agronegócio - CDCA, a Letra de Crédito do Agronegócio - LCA e o Certificado de Recebíveis do Agronegócio - CRA, altera a Taxa de Fiscalização de que trata a Lei no 7.940, de 20 de dezembro de 1989, e dá outras providências.

Lei 8.987/95 - Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências.

Lei 9.074/95 - Estabelece normas para outorga e prorrogações das concessões e permissões de serviços públicos e dá outras providências.

Lei 9.427/96 - Institui a Agência Nacional de Energia Elétrica - ANEEL, disciplina o regime das concessões de serviços públicos de energia elétrica e dá outras providências.

Lei 9.648/98 - Altera dispositivos das Leis no 3.890-A, de 25 de abril de 1961, no 8.666, de 21 de junho de 1993, no 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, no 9.074, de 7 de julho de 1995, no 9.427, de 26 de dezembro de 1996, e autoriza o Poder Executivo a promover a reestruturação das Centrais Elétricas Brasileiras - ELETROBRÁS e de suas subsidiárias e dá outras providências.

Lei 10.433/02 - Dispõe sobre a autorização para a criação do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE, pessoa jurídica de direito privado, e dá outras providências.

Lei 10.438/02 - Dispõe sobre a expansão da oferta de energia elétrica emergencial, recomposição tarifária extraordinária, cria o Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica (PROINFA), a Conta de Desenvolvimento Energético (CDE), dispõe sobre a universalização do serviço público de energia elétrica, dá nova redação às Leis no 9.427, de 26 de dezembro de 1996, no 9.648, de 27 de maio de 1998, no 3.890-A, de 25 de abril de 1961, no 5.655, de 20 de maio de 1971, no 5.899, de 5 de julho de 1973, no 9.991, de 24 de julho de 2000, e dá outras providências.

Lei 10.604/02 - Dispõe sobre recursos para subvenção a consumidores de energia elétrica da Subclasse Baixa Renda, dá nova redação aos arts. 27 e 28 da Lei no 10.438, de 26 de abril de 2002, e dá outras providências.

Lei 10.637/02 - Dispõe sobre a não-cumulatividade na cobrança da contribuição para os Programas de Integração Social (PIS) e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PASEP), nos casos que especifica; sobre o pagamento e o parcelamento de débitos tributários federais, a compensação de créditos fiscais, a declaração de inaptidão de inscrição de pessoas jurídicas, a legislação aduaneira, e dá outras providências.

Lei 10.762/03 - Dispõe sobre a criação do Programa Emergencial e Excepcional de Apoio às Concessionárias de Serviços Públicos de Distribuição de Energia Elétrica, altera as Leis nos 8.631, de 4 de março de 1993 e 9.427, de 26 de dezembro de 1996, 10.438, de 26 de abril de 2002, e dá outras providências.

Lei 10.847/04 - Autoriza a criação da Empresa de Pesquisa Energética - EPE e dá outras providências.

Lei 10.848/04 - Dispõe sobre a comercialização de energia elétrica, altera as Leis nos 5.655, de 20 de maio de 1971, 8.631, de 4 de março de 1993, 9.074, de 7 de julho de 1995, 9.427, de 26 de dezembro de 1996, 9.478, de 6 de agosto de 1997, 9.648, de 27 de maio de 1998, 9.991, de 24 de julho de 2000, 10.438, de 26 de abril de 2002, e dá outras providências.

1.2. Decretos

Decreto 2.335/97 - Constitui a Agência Nacional de Energia Elétrica -ANEEL, autarquia sob regime especial, aprova sua Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e Funções de Confiança e dá outras providências.

Decreto 2.655/98 - Regulamenta o Mercado Atacadista de Energia Elétrica, define as regras de organização do Operador Nacional do Sistema Elétrico, de que trata a Lei nº 9.648, de 27 de maio de 1998, e dá outras providências.

Decreto 4.541/02 - Regulamenta os arts. 3º, 13, 17 e 23 da Lei nº 10.438, de 26 de abril de 2002, que dispõe sobre a expansão da oferta de energia elétrica emergencial, recomposição tarifária extraordinária, cria o Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica - PROINFA e a Conta de Desenvolvimento Energético - CDE, e dá outras providências.

Decreto 4.550/02 - Regulamenta a comercialização de energia elétrica gerada pela Eletrobrás Termonuclear S.A. - ELETRONUCLEAR, por ITAIPU Binacional e dá outras providências.

Decreto 4.562/02 - Estabelece normas gerais para celebração, substituição e aditamento dos contratos de fornecimento de energia elétrica; para tarifação e preço de energia elétrica; dispõe sobre compra de energia elétrica das concessionárias de serviço público de distribuição; valores normativos; estabelece a redução do número de submercados; diretrizes para revisão da metodologia de cálculo das Tarifas de Uso do Sistema de Transmissão - TUST e dá outras providências.

Decreto 4.667/03 - Altera o Decreto no 4.562, de 31 de dezembro de 2002, que estabelece normas gerais para celebração, substituição e aditamento dos contratos de fornecimento de energia elétrica; para tarifação e preço de energia elétrica; dispõe sobre compra de energia elétrica das concessionárias de serviço público de distribuição; valores normativos; estabelece a redução do número de submercados; diretrizes para revisão da metodologia de cálculo das Tarifas de Uso do Sistema de Transmissão - TUST; o Decreto no 62.724, de 17 de maio de 1968, que estabelece normas gerais de tarifação para as empresas concessionárias de serviços públicos de energia elétrica, e dá outras providências.

Decreto 4.767/03 - Regulamenta o § 7º do art. 27 da Lei nº 10.438, de 26 de abril de 2002, altera o inciso VI do art. 6º do Decreto nº 4.562, de 31 de dezembro de 2002, e dá outras providências.

Decreto 5.081/04 - Regulamenta os arts. 13 e 14 da Lei no 9.648, de 27 de maio de 1998, e o art. 23 da Lei no 10.848, de 15 de março de 2004, que tratam do Operador Nacional do Sistema Elétrico - ONS.

Decreto 5.163/04 - Regulamenta a comercialização de energia elétrica, o processo de outorga de concessões e de autorizações de geração de energia elétrica, e dá outras providências.

Decreto 5.175/04 - Constitui o Comitê de Monitoramento do Setor Elétrico - CMSE de que trata o art. 14 da Lei no 10.848, de 15 de março de 2004.

Decreto 5.177/04 - Regulamenta os arts. 4o e 5o da Lei nº 10.848, de 15 de março de 2004, e dispõe sobre a organização, as atribuições e o funcionamento da Câmara de Comercialização de Energia Elétrica - CCEE.

Decreto 5.184/04 - Cria a Empresa de Pesquisa Energética - EPE, aprova seu Estatuto Social e dá outras providências.

Decreto 5.249/04 - Dá nova redação ao inciso XI do § 2o do art. 1o do Decreto no 5.163, de 30 de julho de 2004, que regulamenta a comercialização de energia elétrica, o processo de outorga de concessões e de autorizações de geração de energia elétrica.

Decreto 5.271/04 - Altera dispositivos do Decreto no 5.163, de 30 de julho de 2004, que regulamenta a comercialização de energia elétrica, o processo de outorga de concessões e de autorizações de geração de energia elétrica, e dá outras providências.

1.3. Resoluções

Rel. 290/00 - Homologa as Regras do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE e fixa as diretrizes para a sua implantação gradual.

Rel. 456/00 - Estabelece, de forma atualizada e consolidada, as Condições Gerais de Fornecimento de Energia Elétrica.

Rel. 102/02 - Institui a Convenção do Mercado Atacadista de Energia Elétrica (MAE).

Rel. 103/02 - Autoriza o Mercado Atacadista de Energia Elétrica (MAE) - Pessoa Jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, a atuar segundo regras e procedimentos de mercado estabelecidos pela ANEEL.

Rel. 395/02 - Aprova as Regras de Mercado, componentes da versão 2.2b, para fins de contabilização e liquidação das transações no período de 1o de setembro de 2000 a 30 de junho de 2001, no âmbito do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE.

Rel. 445/02 - Aprova as Regras do Mercado, componentes da versão 3.0, para fins de contabilização e liquidação das transações de compra e venda de energia elétrica no período de 1o de julho de 2001 até 31 de dezembro de 2003 no âmbito do Mercado Atacadista de Energia Elétrica – MAE.

Rel. 447/02 - Estabelece as condições gerais para implementação do que dispõe o art. 2o da Lei no 10.438, de 26 de abril de 2002.

Rel. 552/02 - Estabelece os procedimentos relativos à liquidação das operações de compra e venda de energia elétrica, no mercado de curto prazo, no âmbito do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE e trata das garantias financeiras e penalidades.

Rel. 023/03 - Estabelece critérios para a definição, de forma transitória, das garantias financeiras a que se refere o art. 2o da Convenção do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE e dá outras providências.

Rel. 040/03 - Aprova as Regras de Mercado, componentes da versão 3.1, que estabelecem a modulação “ex-ante” de Contratos Iniciais, para fins de contabilização e liquidação das transações no período de 1o de janeiro até 30 de junho de 2003.

Rel. 091/03 - Estabelece as condições para implementação do limite de contratação de energia elétrica para agentes participantes do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE, conforme definido no Decreto no 4.562, de 31 de dezembro de 2002.

Rel. 237/03 - Determina ajustes no cronograma para implantação das Regras do Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE, estabelecido por meio da Resolução.

Rel. 258/03 - Estabelece critérios e procedimentos a serem adotados por concessionária ou permissionária de distribuição de energia elétrica que optar por instalação de equipamentos de medição em local externo à unidade consumidora.

Rel. 265/03 - Estabelece os procedimentos para prestação de serviços axilares de geração e transmissão.

Rel. 352/03 - Estabelece as condições para implementação da sistemática de verificação do lastro de contratos de venda de energia elétrica, registrados no Mercado Atacadista de Energia Elétrica - MAE, conforme diretriz estabelecida no art. 5º da Resolução no 249, de 11 de agosto de 1998.

Rel. 433/03 - Estabelece os procedimentos e as condições para início da operação em teste e da operação comercial de empreendimentos de geração de energia elétrica.

Rel. 462/03 - Aprova as Regras do Mercado, componentes da versão 3.1.b, que considera a alteração da sistemática de estabelecimento do Preço Mínimo do Mercado de Curto Prazo (PMAE_min), de que trata a Resolução no 377, de 30 de julho de 2003.

Rel. 577/03 - Aprova as Regras do Mercado, componentes da versão 3.1.c, que incorpora a utilização dos recursos decorrentes da aplicação de penalidades por insuficiência de contratação e/ou de lastro de venda.

Rel. 652/03 - Estabelece os critérios para o enquadramento de aproveitamento hidrelétrico na condição de Pequena Central Hidrelétrica (PCH).

Rel. 686/03 - Estabelece procedimentos e critérios para a implementação do mecanismo de representação da aversão ao risco de racionamento no Programa Mensal de Operação - PMO e no cálculo do preço do mercado de curto prazo do MAE - PMAE, conforme disposto na Resolução CNPE no 10, de 16 de dezembro de 2003, aprovada pelo Presidente da República em 18 de dezembro de 2003.

Rel. 688/03 - Aprova as Regras do Mercado, componentes da versão 3.5, que incorpora incentivo à eficiência de usinas participantes do Mecanismo de Realocação Energia - MRE.

Rel. 040/04 - Estabelece critérios para determinação dos limites de disponibilidade de geração e de lastro das usinas térmicas da Região Nordeste participantes do Programa Prioritário de Termelétricidade - PPT, aplicados ao período 2004/2005.

Rel. 055/04 - Estabelece a metodologia de cálculo do Fator X na revisão tarifária periódica da concessionária do serviço público de distribuição de energia elétrica.

Rel. 061/04 - Estabelece as disposições relativas ao ressarcimento de danos elétricos em equipamentos elétricos instalados em unidades consumidoras, causados por perturbação ocorrida no sistema elétrico.

Rel. 063/04 - Aprova procedimentos para regular a imposição de penalidades aos concessionários, permissionários, autorizados e demais agentes de instalações e serviços de energia elétrica, bem como às entidades responsáveis pela operação do sistema, pela comercialização de energia elétrica e pela gestão de recursos provenientes de encargos setoriais.

Rel. 074/04 - Estabelece os critérios e procedimentos para que as concessionárias de transmissão que atendam consumidor livre e/ou autoprodutor, com unidade de consumo conectada às respectivas instalações de transmissão integrantes da Rede Básica do Sistema Interligado Nacional, passem a ser quotistas da Conta de Consumo de Combustíveis Fósseis - CCC e da Conta de Desenvolvimento Energético - CDE, em atendimento ao art. 13 da Lei no 5.899, de 5 de julho de 1973, e ao art. 13 da Lei no 10.438, de 26 de abril de 2002, com redação dada pela Lei no 10.848, de 15 de março de 2004.

Rel. 075/04 - Dá nova redação ao § 7º do art. 3º da Resolução nº 688, de 24 de dezembro de 2003, no que diz respeito ao tratamento a ser dado às indisponibilidades programadas de longa duração, devido modernizações e reformas em usinas participantes do Mecanismo de Realocação de Energia – MRE.

Rel. 082/04 - Estabelece as condições para atendimento com redes de energia elétrica nos lotes situados em loteamentos urbanos, nos parcelamentos situados em zonas habitacionais de interesse social e nos parcelamentos populares, bem como para incorporação dos bens e instalações ao ativo de concessionária ou permissionária de serviço público de distribuição.

Rel. 087/04 - Aprova a Norma de Organização que trata dos procedimentos gerais referentes às Reuniões Deliberativas Públicas da Diretoria da Agência Nacional de Energia Elétrica - ANEEL.

Rel. 088/04 - Aprova sobre o Código de Ética da Agência Nacional de Energia Elétrica.

Rel. 089/04 - Estabelece, com a finalidade de contribuir para a modicidade da tarifa de fornecimento de energia elétrica, metodologia para o cálculo de subvenção econômica a ser concedida a concessionária ou permissionária de distribuição de energia elétrica ou de montante a ser utilizado para a redução do nível das suas tarifas, de forma a contrabalançar os efeitos de política tarifária aplicável a unidades consumidoras integrantes da Subclasse Residencial Baixa Renda.

Rel. 109/04 - Institui a Convenção de Comercialização de Energia Elétrica.

Rel. 127/04 - Estabelece os procedimentos para o rateio do custo do Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica - PROINFA, bem como para a definição das respectivas quotas de energia elétrica, nos termos do Decreto no 5.025, de 30 de março de 2004.

Rel. 145/05 - Aprova as Regras de Comercialização de Energia Elétrica, versão janeiro/2005, de que trata a Convenção de Comercialização de Energia Elétrica instituída pela Resolução Normativa no 109, de 26 de outubro de 2004.

Res. 149/05 - Estabelece os procedimentos para solicitação de anuência, pelos agentes prestadores de serviço de energia elétrica, para alteração de atos constitutivos, e indica os casos previamente autorizados.

Res. 150/05 - Altera a forma de cálculo de garantias financeiras das Regras de Comercialização de Energia Elétrica, versão janeiro/2005, aprovadas pela Resolução Normativa no 145, de 1o de fevereiro de 2005.

Res. 152/05 - Autoriza alterações em um subconjunto de expressões algébricas das Regras de Comercialização de Energia Elétrica, versão janeiro/2005, aprovadas pela Resolução Normativa no 145, de 1o de fevereiro de 2005.

Res. 160/05 - Altera os §§ 5o a 7o do art. 3o da Resolução no 688, de 24 de dezembro de 2003, que dispõem sobre a apuração da indisponibilidade de usinas participantes do Mecanismo de Realocação de Energia - MRE, e revoga a Resolução Normativa no 75, de 29 de julho de 2004.

Res. 161/05 - Aprova as Regras de Comercialização de Energia Elétrica, referentes ao Mecanismo de Compensação de Sobras e Défcits, de que trata o art. 45 da Convenção de Comercialização de Energia Elétrica.

Res. 162/05 - Aprova o edital dos leilões de ajuste para compra de energia elétrica e delega a execução à Câmara de Comercialização de Energia Elétrica – CCEE.

Res. 168/05 - Aprova as Regras de Comercialização de Energia Elétrica, referentes aos módulos de Penalidades e ao de Cálculo das Garantias Financeiras e Rateio de Inadimplência.

1.4. Convênios

Res. ICMS 15/04 - Dispõe sobre o cumprimento de obrigações tributárias em operações com energia elétrica, inclusive aquelas cuja liquidação financeira ocorra no âmbito da Câmara de Comercialização de Energia Elétrica - CCEE.

7.2. Apêndice 02 - Documentos Consultados para a Pesquisa

DOCUMENTO	ORIGEM	FONTE	PÁGINAS
Balanço CELESC	www.celesc.gov.br	Celesc	148
Balanço COELCE	www.coelce.gov.br	Coelce	88
Balanço Comgas	www.comgas.com.br	Comgás	59
Balanço Copel	www.copel.gov.br	Copel	274
Balanço Duke	www.duke.com.br	Paranapanema	71
Balanço EDP	www.energiasdobrasil.com.br	EDP	133
Balanço Cemig	www.cemig.com.br	Cemig	32
Balanço CPFL	www.cpfl.com.br	CPFL	59
Balanço Cataguases-Leopoldina	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	276
Borborema	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	47
MG	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	50
Nova Friburgo	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	44
Paraíba	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	57
Sergipe	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	54
Energisa	www.cataguazes.com.br/	Cataguases-Leopoldina	24
Annual Report	www.cpfl.com.br	CPFL	266
Lei 6.404/1976	www.planalto.gov.br	Governo Federal do Brasil	123
Relação de Normas do Setor	www.ccee.org.br	CCEE	5
Ações CEMIG	www.cemig.com.br	CEMIG	5
Ações CELESC	www.bovespa.com.br	CELESC	6
Ações CPFL	www.bovespa.com.br	CPFL	5
Ações COELCE	www.bovespa.com.br	COELCE	9
Ações COPEL	www.copel.com.br	COPEL	2
Ações DUKE	www.duke-energy.com.br	DUKE	3
Ações Cataguases-Leopoldina	www.grupoenergisa.com.br	Energisa	6
Ações EDP	www.energiasdobrasil.com.br	EDP	9
Manual de Organização da CEMIG	www.cemig.com.br	CEMIG	10
Relação Social - CELESC	www.b2i.cc/Document/1449/Relatorio_Social_2005.pdf	CELESC	24
Programa Filme em Minas	www.cemig.com.br	CEMIG	12
Lei do Audiovisual	www.planalto.gov.br	GF	10
Jornal Contagem	www.folhadecontagem.com.br	Folha de Contagem	2
Manual Aquecedor - Celesc	www.celesc.com.br	CELESC	44
Cultura: porta da diversidade na CPFL Energia	www.rh.com.br	BISPO, P.	3
TOTAL DE PÁGINAS			1960

7.3. Apêndice 03 – Estudos de casos – Eisenhardt.

Exemplo de estudos de casos – Eisenhardt, K.

Estudo	Descrição de Casos	Problema de Pesquisa	Fontes dos dados	Investigadores	Resultados
Burgelman (1983)	06 empreendimentos corporativos em uma companhia maior.	Administração de novos empreendimentos.	Arquivos, entrevistas e observação.	Um investigador	Modelo de processo ligando múltiplos níveis organizacionais.
Mintzberg & McHugh (1985)	Conselho Nacional de Filmes do Canadá.	Formulação de estratégia em uma adhocracia	Arquivos e algumas entrevistas.	Time de pesquisadores.	Modelo de formação de estratégia.
Harris & Sutton (1986)	8 organizações diversas.	Cerimônias de despedidas durante a morte de organizações.	Entrevistas e arquivos.	Time de pesquisadores.	Modelo conceitual sobre a função de cerimônias de despedida para membros despedidos.
Eisenhardt & Bourgeois (1988)	8 Empresas de microcomputadores.	Tomada de decisões estratégicas em ambientes velozes.	Entrevistas, questionários, arquivos e observações.	Time de pesquisadores.	Teoria ligando poder, política e desempenho da firma.
Gersick (1988)	8 Equipes de Projeto com deadlines.	Desenvolvimento grupal em times de projeto.	Observação e algumas entrevistas.	Um investigador.	Modelo pontual de desenvolvimento grupal em equilíbrio.
Leonard-Barton (1988)	10 Inovações técnicas	Transferência interna de tecnologia.	Entrevistas, experimentos, observações.	Um investigador.	Modelo de processo.
Pettigrew (1988)	Uma empresa de alto desempenho e uma de baixa em quatro tipos de indústrias.	Mudança estratégica e competitividade.	Entrevistas, arquivos e observação.	Time de pesquisadores.	Em progresso.

Fonte: Eisenhardt, K. Building Theory from case study research, 1989, p. 535 (traduzido)

7.4. Apêndice 04 – Lista de Categorias de Análise e Códigos

CÓDIGO	NOME COMPLETO	DESCRIÇÃO DO CÓDIGO
INS-IM	Imagem	Código instrumental e que indica ações que visam a fins específicos. Neste caso melhorar a imagem da organização perante os Stakeholders.
INS-LG	Legal	Código instrumental e que indica ações que visam cumprir regras governamentais ou evitar sanções pelo não cumprimento.
INS-LT	Legitimidade	Código instrumental e que indica ações que visem dar legitimidade a uma organização perante seus pares.
INS-DS	Desempenho	Código instrumental e que indica ações que visem aumentar a satisfação e o desempenho dos empregados, visando também aumento na produtividade.
INS-MX	Maximização	Código instrumental e que indica ações que visem a maximização dos recursos sem questionamentos éticos no tratamento dos recursos.
INS-ES	Estratégia	Código instrumental e que indica ações caracterizadas como organizacionais, sistemáticas, com objetivos estratégicos, frutos de uma decisão consensual e que necessitam de gerenciamento.
INS-MK	Marketing	Código instrumental e que indica ações de responsabilidade social acompanhadas de técnicas de marketing institucional.
SBS-VO	Valores	Código substantivo e que indica ações voluntárias que embora tenha fins, não se baseiam neles e sim em valores, conforme definido por Serva (1993). Para autor valores são agentes de mudança e aperfeiçoamento social nas direções do bem-estar coletivo, da solidariedade, do respeito à individualidade, da liberdade e do comprometimento, presentes nos indivíduos e no contexto normativo do grupo.
SBS-JU	Juízo	Código substantivo e que indica deliberações julgadas com base em juízos de valor (bom/mau, verdadeiro/falso).
SBS-SO	Sociedade	Código substantivo e que indica que a organização sempre busca na sociedade o respaldo para suas ações.
SBS-EQ	Equilíbrio	Código substantivo e que indica que as ações são dirigidas por princípios interrelacionados: ação coletiva, respeito à individualidade, busca do equilíbrio entre empregados e organização, calcadas em identidade de valores.
SBS-NA	Não-Avaliação	Código substantivo e que indica que são precários os mecanismos para avaliar sistematicamente a satisfação do usuário.
SBS-AS	Avaliação Social	Código substantivo e que indica que a organização se expressa, em termos sociais, pelos valores que espousa.

Fonte: Quadro de construção própria.