

- **Título de la ponencia: Diálogo possível? A atuação socialmente responsável e o papel do empresário na construção de políticas sociais hoje.**
  - **Nombre y apellido del autor: Priscila Erminia Riscado**
  - **Correo electrónico: [priscila\\_riscado@yahoo.com.br](mailto:priscila_riscado@yahoo.com.br)**
  - **Institución a la cual pertenece: Universidade Federal Fluminense**
  - **Área temática: Participación, representación y actores sociales**
- Trabajo preparado para su presentación en el VII Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP). Bogotá, 25 al 27 de septiembre de 2013.**

## Resumo

O objetivo proposto no presente trabalho é investigar quais os aspectos são tomados como primordiais pelas empresas brasileiras no âmbito da construção de uma agenda que tem como objetivo central contribuir com o desenvolvimento econômico, social e ambiental contemporaneamente, tendo em vista os dilemas atuais que integram o contexto em que estas se encontram inseridas e, concomitantemente, redefinem suas relações com os demais atores, tais como a sociedade e o próprio Estado a partir da adoção de uma postura socialmente responsável. Em última instância, pretende-se aqui compreender as implicações do desenvolvimento do fenômeno da responsabilidade social para os atores envolvidos - sobretudo para a empresa e para a sociedade. Parece importante ressaltar a reflexão que serve como pano de fundo para o debate proposto neste trabalho: o papel da empresa no mundo atual e a interação desta com a sociedade. A construção de uma nova agenda entre os empresários no Brasil é marcada pela redemocratização e por todos os movimentos sociais que vêm à tona concomitantemente, sobretudo durante a elaboração da constituição brasileira – chamada de constituição cidadã - em 1988. A partir da década de 80, cresce no Brasil a conscientização da necessidade de encontrar formas de parcerias entre o Estado e as organizações da sociedade civil na busca de soluções para as desigualdades sociais do país. Neste novo contexto, parece-nos que, no caso brasileiro, os empresários incorporam a postura socialmente responsável aos negócios conjugando a esta a motivação pela defesa de uma “democracia social” para o Brasil. O desenvolvimento da responsabilidade social corporativa parece então providencial, sobretudo tendo em conta o referido contexto.

## Introdução

O objetivo proposto no presente trabalho é investigar quais os aspectos são tomados como primordiais pelas empresas brasileiras no âmbito da construção de uma agenda que tem como objetivo central contribuir com o desenvolvimento econômico, social e ambiental contemporaneamente, tendo em vista os dilemas atuais que integram o contexto em que estas se encontram inseridas e, concomitantemente, redefinem suas relações com os demais atores, tais como a sociedade e o próprio Estado. Em última instância, pretende-se aqui compreender as implicações do desenvolvimento do fenômeno da responsabilidade social para os atores envolvidos - sobretudo para a empresa e para a sociedade no que tange a construção de uma agenda comum no Brasil.

Parece importante ressaltar a reflexão que serve como pano de fundo para o debate proposto neste trabalho: o papel da empresa no mundo atual e a interação desta com a sociedade. A construção de uma nova agenda entre os empresários no Brasil é marcada pela redemocratização e por todos os movimentos sociais que vêm à tona concomitantemente, sobretudo durante a elaboração da constituição brasileira – chamada de constituição cidadã - em 1988. A partir da década de 80, cresce no Brasil a conscientização da necessidade de encontrar formas de parcerias entre o Estado e as organizações da sociedade civil na busca de soluções para as desigualdades sociais do país. Neste novo contexto, parece-nos que, no caso brasileiro, os empresários incorporam a postura socialmente responsável aos negócios conjugando a esta a

motivação pela defesa de uma “democracia social” para o Brasil. O desenvolvimento da responsabilidade social corporativa parece então providencial, sobretudo tendo em conta o referido contexto.

Na tentativa de atingir o objetivo anteriormente proposto, o presente artigo foi dividido em quatro partes. A primeira parte busca localizar o debate da responsabilidade social corporativa, com ênfase no contexto em que o fenômeno se desenvolve no mundo, em especial no Brasil. Abordam-se então aspectos presentes no contexto mundial, tais como a globalização, e outros peculiares ao Brasil, tais como a conjuntura brasileira pós-ditadura militar, com ênfase na constituição de 1988. O objetivo é compreender como as transformações na sociedade se dão e, concomitantemente, como a implementação das ações sociais se transformam contemporaneamente, propiciando o surgimento da responsabilidade social.

A segunda parte pretende trazer alguns pontos do debate realizado no Brasil acerca do papel exercido pelos empresários no Brasil na construção de uma agenda social para o país a partir da década de 80- em especial a partir do período de redemocratização do país. Ademais, busca-se compreender os dilemas enfrentados pelos mesmos ao longo deste contexto.

Na parte III tenta-se analisar a existência – ou não – de convergência entre projetos sociais privados e agenda social pública no âmbito da implementação e do desenvolvimento da responsabilidade social no Brasil. Algumas informações sobre a história do fenômeno no Brasil ajudam a entender os contornos adquiridos pelo mesmo no Brasil. A análise de projetos de responsabilidade social desenvolvidos por duas empresas brasileiras no país buscam complementar a análise, trazendo a prática da responsabilidade social para junto do debate teórico aqui apresentado.

A quarta e última parte consiste nas considerações finais. Tenta-se aqui trazer a tona algumas reflexões, hipóteses construídas com base no debate realizado ao longo do presente trabalho.

### Parte I- Responsabilidade Social: alguns aspectos acerca do fenômeno e de seu contexto no Brasil

O debate em torno da temática relacionada ao fenômeno da responsabilidade social corporativa (RSC) não pode ser realizado sem pensarmos na relação inequívoca que este possui com o contexto maior em que se encontra inserido, tendo este sido, ademais, berço de seu surgimento. Contemporaneamente, observamos novos termos, novos conceitos que buscam designar as atuais realidades existentes em todo o mundo. O trabalho de David Vogel<sup>1</sup> destaca em sua reflexão as contradições vividas pelas empresas no sistema capitalista atual, em que adotar uma postura socialmente responsável é prática corrente em um número cada vez maior de empresas.

---

<sup>1</sup> VOGEL, David. *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. The brookings institution: Washington, 2006.

A análise de Vogel sobre o fenômeno da responsabilidade social traz à tona as dimensões que compõe a Responsabilidade Social Corporativa. Vogel não entende a responsabilidade social a partir de um conceito único, mas sim como um fenômeno que possui dimensões, que podem ou não dialogar entre si.

O autor ressalta que ainda hoje podemos observar muitas divergências no que diz respeito à interpretação, ao entendimento que muitos dos *stakeholders* têm sobre a responsabilidade social. Vogel entende que isto pode ser um sinal de que os estudos e as interpretações sobre o fenômeno ainda precisam avançar muito, visto que este não está amplamente debatido pela sociedade. Ao olhar para os consumidores, a partir de pesquisas realizadas sobre o comportamento destes nos EUA e na Europa, o autor observa profundas divergências no que diz respeito a influência que a postura socialmente responsável de uma empresa tem no momento da compra de um produto. Na Europa, por exemplo, observou-se que 75% dos consumidores estavam dispostos a modificar seu comportamento em favor de uma postura socialmente responsável. Todavia, apenas 3% do total o fizeram efetivamente.

A observação feita por Vogel das empresas é bastante similar a dos consumidores: a falta de clareza é também uma característica importante na adoção de uma postura socialmente responsável. O autor observa, também através de pesquisas e análises de empresas atuantes no mercado- sobretudo no mercado americano- que muitas investem na transformação de produtos e processos sem comprovações de que a adoção de uma postura socialmente responsável irá fortalecer sua posição no mercado, no curto ou longo prazo ou até mesmo garantir aumento nos lucros. Vogel, baseado em estudos de caso e observação de diversas empresas, defende a idéia de que, em termos de obtenção de lucro, o que podemos ter como certeza até agora é que adotar uma postura socialmente responsável não compromete o resultado final da empresa- ou seja, mesmo que não a ajude, não irá prejudicá-la.

O diferencial analítico de Vogel é o entendimento do autor de que a responsabilidade social é um fenômeno complexo, com inúmeras dimensões próprias. Ao analisarmos a adoção deste fenômeno nas empresas devemos entendê-los caso a caso, visto que as evidências mostram, sob o ponto de vista do autor, que os resultados obtidos variam de empresa para empresa.

Ademais, Vogel aponta uma necessidade para o sucesso da responsabilidade social, no que diz respeito à potencialidade transformadora do fenômeno: para que a RSC tenha um impacto real e efetivo sobre as pessoas e instituições, é fundamental que ocorra também o fortalecimento das políticas públicas. O autor acredita que, ao escolher uma causa para apoiar em suas ações e/ou projetos de Responsabilidade Social, a empresa deseja que esta obtenha sucesso. E, na concepção de Vogel, a melhor forma para que isto aconteça é a empresa tentar influenciar a formulação de políticas públicas em favor da mesma causa. Desta maneira a empresa teria muito mais chances de provocar transformação social de fato entre as comunidades em que desenvolve suas ações.

Muitos foram os episódios que marcaram as transformações recentes ocorridas na sociedade, sobretudo no que diz respeito às mudanças relativas à participação dos indivíduos nos processos de transformação social ocorridos em diversas partes do

mundo<sup>2</sup>. Todavia, na América Latina este processo se dá de maneira distinta e em um momento histórico posterior. Alain Touraine<sup>3</sup> é um importante analista das transformações sociais recentes ocorridas nos países latino-americanos.

O autor destaca o fato de que as condições nas quais os países da América Latina realizam suas transformações sociais são completamente distintas das condições encontradas para a mobilização política e social ocorrida nos anos 1960 e 1970, sobretudo nos EUA e na Europa. Os países latino-americanos, no referido período citado, passavam por ditaduras militares e, por conseguinte, tinham dilemas e motivações de luta distintas dos países europeus e dos EUA no mesmo período. No entanto, ainda que em momento e condições distintas, os países da América Latina também vivenciam transformações sociais. Touraine sugere então que a formação de movimentos sociais - que transformem ou busquem a transformação da sociedade - depende menos de situações e condições sócio-econômicas e políticas específicas e especiais do que de elementos formadores de atores definidos ao mesmo tempo por um determinado conflito social e por uma vontade de participação social, assim como consequência das relações entre demandas e exigências sociais e o sistema político.

O objetivo de Touraine é compreender o sujeito na contemporaneidade e, por conseguinte, sua transformação em ator social que busca a promoção de mudanças na sociedade em que se encontra inserido. No que diz respeito à América Latina, o autor busca analisar as relações existentes entre o autoritarismo vivido nos países da região e as características que norteiam os atores sociais em suas demandas e ações em busca de transformações sociais. Em última instância, o autor defende que a democracia deve ser entendida para além de sua institucionalidade; esta deve ser entendida como uma das dimensões constitutivas da sociedade – sempre se levando em conta o cenário histórico desta, o surgimento de novas demandas, novos conflitos, entre outros. Captar este cenário é fundamental para a compreensão da ação social em um contexto específico.

A análise de Touraine nos ajuda a compreender os dilemas da modernidade e da democratização nos países latino-americanos contemporâneos. No presente artigo, nos concentramos em um país em especial: o Brasil.

Todavia, parece oportuno destacar algumas especificidades relativas ao contexto brasileiro, no que tange o desenvolvimento de políticas sociais na contemporaneidade: o reflexo dos movimentos sociais ascendentes nas décadas de 60 e 70 ocorridos na Europa e nos EUA – tais como movimento pelos direitos civis, o movimento feminista, os hippies e até mesmo as manifestações ocorridas em maio de 1968 na França – terão forte influência no Brasil. Contudo, estas influências seriam percebidas de forma clara no país especialmente a partir da década de 80, no período final da ditadura militar. O movimento “Diretas Já<sup>4</sup> e a Constituição de 1988<sup>5</sup> são exemplos práticos dos efeitos desta influência.

---

<sup>2</sup> São muitos os episódios que constituem este momento. Citamos alguns deles, tais como o movimento em prol dos direitos civis, movimento Hippie, Maio de 1978 na França etc.

<sup>3</sup> TOURAINE, Alain. Podemos viver juntos? Iguais e diferentes. Petrópolis: Vozes, 2003.

<sup>4</sup> Diretas Já foi um movimento civil de reivindicação por eleições presidenciais diretas no Brasil ocorrido em 1983-1984. A possibilidade de eleições diretas para a Presidência da República no Brasil se concretizou com a votação da proposta de Emenda Constitucional Dante de Oliveira pelo Congresso. Entretanto, a Proposta de Emenda Constitucional foi rejeitada, frustrando a sociedade brasileira. Fonte: Fausto, Boris. “História Concisa do Brasil”. EDUSP, 2002.

Nas décadas de 1980 e 1990, o Brasil realizou uma extensa agenda de reformas no que se refere à ação social do Estado, que teve como principal resultado mudanças no perfil do sistema de proteção social do país. De fato, a Constituição de 1988 lançou as bases para uma expressiva alteração da intervenção social do Estado, alargando o escopo dos direitos sociais e o campo da proteção social sob responsabilidade estatal, com impactos relevantes no que diz respeito ao desenho das políticas, à definição dos beneficiários e dos benefícios. A ampliação das situações sociais reconhecidas como objeto de garantias legais de proteção e submetidas à regulamentação estatal implicaram significativa expansão da responsabilidade pública em face de vários problemas cujo enfrentamento se dava, parcial ou integralmente, no espaço privado. A intervenção estatal, regulamentada por leis e normas integrantes da nova constituição nacional, passou a referir-se a um terreno mais vasto da vida social, tanto com objetivos de equalizar o acesso a oportunidades, como de enfrentar condições de destituição de direitos, riscos sociais e pobreza.

Entre os avanços da Constituição de 1988 na determinação da responsabilidade estatal em função da necessidade de proteção social dos cidadãos, pode-se destacar: a instituição da Seguridade Social como sistema básico de proteção social, articulando e integrando as políticas de seguro social, assistência social e saúde; o reconhecimento da obrigação do Estado em prestar de forma universal, pública e gratuita, atendimento na área de saúde em todos os níveis; o reconhecimento da assistência social como política pública, garantindo direito de acesso a serviços por parte de populações necessitadas, e direito a uma renda de solidariedade por parte de idosos e portadores de deficiência em situação de extrema pobreza; entre outros.<sup>6</sup>

O caráter assistencialista que marca a ação social no Brasil faz com que muitos analistas defendam a hipótese de que esta ação social, realizada em particular através da ação do Estado foi uma das respostas à questão social representada pela pobreza de grande parte da sociedade brasileira- sobretudo entre desempregados e trabalhadores assalariados.

Esta hipótese – ligada a ideia de combate a pobreza – ganha mais força no Brasil devido a longa história da intervenção social em prol dos pobres no país, que teve início em ações e instituições de caráter assistencial não-estatal, movidas pelos ideais da caridade e da solidariedade. As atitudes previstas pelo governo, sobretudo após a constituição de 1988, podem ser também associadas ao grande peso que o segmento filantrópico manteve entre nós. A consolidação de um eixo de políticas públicas no campo da assistência social, ocorrida somente após a Constituição de 1988, é, assim, herdeira de uma ampla tradição ajuda e filantropia, em função da qual deverá se instituir.

---

<sup>5</sup> A constituição de 1988 é a atual Constituição Federal do Brasil. Camada de “Constituição Cidadã” foi promulgada no dia 5 de outubro de 1988. Na Constituição Federal do Brasil, são definidos os direitos dos cidadãos, sejam eles individuais, coletivos, sociais ou políticos; e são estabelecidos limites para o poder dos governantes. Após o fim do Regime Militar, em todos os segmentos da sociedade, era unânime a necessidade de uma nova Carta, pois a anterior havia sido promulgada em 1967, em plena Ditadura Militar, além de ter sido modificada várias vezes com emendas arbitrárias (vide AI – 5). Fonte: no site: BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Acessado em 16 de dezembro de 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>.

<sup>6</sup> Para saber mais sobre o debate, ver Cardoso, José Celso Jr. e Jaccoud, Luciana *Políticas Sociais no Brasil: Organização, Abrangência e Tensões da Ação Estatal*, in “Questão Social e Políticas Sociais no Brasil Contemporâneo”. IPEA, 2009.

Entre todas as políticas públicas de caráter social desenvolvidas pelo Estado brasileiro, sobretudo após 1988, duas delas são políticas de escopo universal, cujo acesso é garantido a toda a população: a saúde e o ensino fundamental. A identidade destas políticas como direito social garantido a todos os cidadãos é fruto de longa e tortuosa trajetória.

De fato, os anos 1980 significaram, para um conjunto de políticas sociais como as da Saúde e Educação, um período da ampla reformulação. A relevância da década ocorre em decorrência da agenda reformista que então se constituiu tanto no que se refere às políticas sociais quanto à própria questão social. Esta agenda foi impulsionada, de um lado, pelo movimento político em prol da redemocratização do país, em torno do qual se mobilizavam amplos setores da sociedade e por meio do qual se reorganizavam demandas sociais reprimidas desde 1964.

Podemos pensar, a partir do breve histórico, que após 1980, políticas sociais relativas a saúde e educação tornam-se prioritárias no Brasil. Isto se deve a diversos fatores, entre eles destacamos a construção de uma agenda estatal que buscava atender as demandas da sociedade naquele momento. Ademais, se junta a estas demandas o tradicional histórico de filantropia vivido no país. Esta filantropia é, muitas vezes, realizada por um ator específico: o empresário. Conhecer um pouco mais este ator e sua trajetória na implementação de políticas sociais no Brasil é o tema a seguir do presente artigo.

## Parte II – Os empresários no Brasil e a construção de uma agenda social a partir da década de 90 no país

Entende-se amplamente hoje que as empresas estão inseridas em ambiente complexo, interagindo com instituições e práticas culturais, com diversos grupos sociais “extra empresa”, com o meio ambiente e que suas ações influenciam e são muito influenciadas por esse contexto. Dessa forma, tem parecido importante que a empresa contribua para a comunidade onde ela está inserida, com a preservação do meio ambiente, com o desenvolvimento profissional de seus trabalhadores e com relações transparentes com clientes, fornecedores e governo, entre outros aspectos (ASHLEY, 2001; BARBOSA, 2002).

A partir de Barbosa<sup>7</sup> podemos pensar também que, a partir dos anos 90 existe uma cultura de negócios que favorece as empresas à adotarem um comportamento socialmente responsável. Entendendo Cultura de negócios como um “arcabouço” ideológico do mundo empresarial, explicando e justificando as constantes mudanças tecnológicas e gerenciais a que estão sendo submetidas as empresas nos últimos 40 anos. A cultura de negócios é um repertório de imagens, lógicas e valores acerca de questões como: o que é o mundo dos negócios, quais são os perfis adequados, como as empresas devem ser gerenciadas, quais as tecnologias que apresentam diferencial competitivo etc, que permeiam as empresas, em especial transnacionais, em todas as suas dimensões gerenciais.

---

<sup>7</sup> Barbosa, Livia. “Globalização e Cultura de negócios”, in Ana Maria Kirschner, Eduardo R. Gomes e Paola Cappellin, orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002.

Ainda segundo Barbosa, todos os elementos que compõem estes diferentes repertórios estão nos últimos 20 anos diretamente ligados a temas da agenda social e política da sociedade contemporânea, o que demonstra o peso da sociedade civil na definição dos mesmos. A relação entre as utopias da agenda contemporânea e as novas tecnologias gerenciais implica que as empresas transnacionais são gerencialmente determinadas por termos alheios ao universo de negócios. (BARBOSA, 2002).

As transformações globais ocorridas nos últimos anos se refletem também nas empresas, como vimos anteriormente. A responsabilidade social corporativa pode ser entendida como um possível desdobramento destas transformações. Eduardo Gomes<sup>8</sup> busca entender os determinantes que conduziram ao surgimento da responsabilidade social empresarial no Brasil. Gomes ressalta a história social e política recente no Brasil pós-ditadura militar ressaltando a estratégia de desenvolvimento econômico adotada no país. Segundo o autor, diferentemente das tentativas da segunda metade dos anos 80 de se compatibilizar crescimento econômico e redistribuição através de vários planos econômicos “heterodoxos”, a nova orientação prevalecente nos anos 90 priorizava o combate à inflação através de políticas ortodoxas de estabilização, independentemente das conseqüências regressivas que delas pudessem advir. Assim além de uma luta irrestrita contra a inflação, a nova postura envolvia a implementação de amplas reformas liberalizantes na economia e no Estado, como a liberalização, desregulação econômica, privatização das empresas estatais e reforma administrativa, entre outras medidas (GOMES, 2007). Este cenário mostra-se em consonância com o contexto global mais amplo, marcado por uma crítica<sup>9</sup> ao *Welfare State*<sup>10</sup> e ao abrangente enfoque à questão social por ele assumido, que se ganha força nos países desenvolvidos do Hemisfério Norte nos anos 80. Gomes acredita que estes aspectos foram decisivos para a formação de pano de fundo, que serve de contexto para estas mudanças no Brasil. O autor destaca que esta revisão do *Welfare State* se refletiu no Brasil a partir dos anos 90, onde ascendia a ideologia neoliberal. Centrado em uma ampla crítica ao modelo desenvolvimentista, que havia guiado o Brasil por praticamente cerca de cinquenta anos, formou-se entre as elites brasileiras naquele momento um amplo consenso em torno do ideário neoliberal, como única saída para se combater de vez a inflação crônica que nos assolava e que havia chegando à hiperinflação na década anterior.

---

<sup>8</sup> Trata-se de trabalho intitulado “Além do mercado: origens, trajetória e características da responsabilidade social das empresas no Brasil”, In: Angela de Castro Gomes. (Org.). *Direitos e cidadania - justiça, poder e mídia*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2007, v. 1, p. 169-192. 1ª Ed

<sup>9</sup> A crítica em questão refere-se à impossibilidade fiscal do atendimento de todas as necessidades sociais de bem estar e previdência (naturalmente em constante expansão) dos Estados, além da crescente falta de eficiência dos programas existentes para “compensar” e/ou “incorporar” produtivamente os assistidos/necessitados. A crítica ao *welfare state* postulou uma forma de atendimento mais segmentada, em que a sociedade estivesse mais diretamente envolvida, inclusive arcando com os custos dos programas (ou de parte deles). Dessa maneira, procurava-se compensar as limitações da abordagem burocrática à “questão social”, ao mesmo tempo em que se propiciava certo espaço de ação para a sociedade na gestão da assistência social, até então mantida essencialmente nas mãos do poder público. (GOMES, 2007).

<sup>10</sup> *Welfare State* ou Estado de bem-estar social pode ser entendido como o conjunto de práticas e instituições compensatórias desenvolvidas a partir da Segunda Guerra Mundial, tendo o Estado como agente principal na garantia da universalidade de direitos, bens e serviços. Na década de 80, com o crescimento do desemprego e a crise econômica, este modelo de Estado assistencial mostra sua incapacidade de proporcionar as garantias sociais compensatórias, necessárias para se contrapor aos malefícios causados pelo mercado capitalista.



Todavia, o autor percebe que, frente a esse quadro, foi surpreendente observar que os empresários - tradicionalmente marcados por uma postura reativa às mudanças político-econômicas e sem uma preocupação mais efetiva com as questões sociais – passaram por um processo de profunda renovação, envolvendo-se em vários tipos de ações e projetos sociais, inclusive abrindo-se para participação em novas associações de classe, muito distintas daquelas entidades corporativas em que tradicionalmente tinham se envolvido ao longo da história.

Motivados pelas novas exigências de inserção competitiva de suas empresas na economia nacional e internacional, submetidos também a demandas cada vez maiores dos consumidores, não poucos empresários passaram a se engajar em ações e causas sociais. Tal envolvimento derivou também do próprio processo de transição democrática, no qual estes ou outros setores também reconheceram que sua busca de influir na definição de novos rumos para o Brasil não podia passar à margem de um posicionamento sobre nossos problemas sociais, mais do que nunca explicitados.

Gomes classifica então como “pioneiro e emblemático” nessa mudança dos empresários o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE). Surgido em meados de 1987, o PNBE foi um movimento de reação de jovens líderes da indústria paulista à oligarquização da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e a seu silêncio frente às questões em pauta na redemocratização do Brasil.<sup>11</sup> Buscando ter um lugar próprio na organização dos empresários e querendo levar uma nova voz na política nacional, o PNBE entrou na cena política lutando por uma orientação social das políticas econômicas e o pelo fortalecimento das práticas democráticas em todos os níveis, inclusive dentro da organização que nascia (GOMES e GUIMARÃES, 1999).

Dessa forma, este novo movimento se notabilizou por uma constante luta por políticas econômicas redistributivas, baseadas na negociação aberta entre as classes, quando esteve proeminente na cena pública nacional entre 1987 e 1994, aproximando-se de uma postura social-democrata. O autor ainda destaca o fato de que, preocupados em superar a rejeição dos empresários à política, os líderes do PNBE desde cedo tentaram sensibilizar a classe para os problemas sociais do país e para as alternativas de solucioná-los através de projetos de intervenção concreta.

É possível pensar, a partir do debate proposto que, no caso brasileiro, o contexto econômico, social e político que surge no fim da ditadura militar e ganha força durante o processo de redemocratização do país é fundamental para que se possa compreender a postura adotada pelos empresários brasileiros hoje. O envolvimento destes atores no processo de redemocratização, que se consagra com o PNBE pode nos ajudar a compreender de forma mais clara porque a adoção de uma postura socialmente responsável se desenvolve de maneira tão particular no Brasil, distinta em diversos aspectos de outros países<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Para saber mais sobre o tema em questão ver: Gomes, Eduardo R. e Guimarães, Fabrícia C. “Os Empresários entre a Tradição e a Renovação: O Caso do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE)”, *Revista Internacional de Estudos Políticos*, v 2, n. 1, 1999

<sup>12</sup> Referimos-nos aqui a alguns trabalhos que abordam o tema da responsabilidade social na América latina e no Brasil, tais como o de Lester M. Salamon (2010), Paulo Alexander Haslam (2007), David Grayson e Adrian Hodges (2002).

Para melhor analisar estas especificidades, observamos a seguir breve histórico acerca da responsabilidade social no Brasil. Observaremos também a convergência entre ações ditas socialmente responsáveis, desenvolvidas por empresas e ações sociais desenvolvidas na esfera das políticas públicas nacionais.

### Parte III- Projetos sociais privados e agenda social pública: qual o lugar ocupado pela responsabilidade social no Brasil?

A responsabilidade social corporativa se apresenta contemporaneamente como a estruturação da influência dos valores de solidariedade e cidadania na ação das empresas. Configura-se como um fenômeno recente, todavia bastante significativo, pois irá expressar uma nova forma de relação entre a empresa e dois outros importantes atores: o Estado e a Sociedade Civil. As empresas socialmente responsáveis irão atuar em diversas arenas, através, por exemplo, de projetos ligados à defesa de direitos de grupos específicos (tais como deficientes físicos, mulheres ou idosos) e do meio ambiente, ou ainda através de ações que visam à promoção de melhores condições de vida da sociedade – como, por exemplo, com projetos ligados a educação, saúde, entre outros.

O estudo de *Ciro Torres*<sup>13</sup> no ajuda a localizar o início do desenvolvimento do fenômeno da responsabilidade social no Brasil. A “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965 pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil)<sup>14</sup> pode ser considerada como um marco no surgimento da responsabilidade social visto que, já nessa época, utilizava o termo responsabilidade social das empresas.

Contudo, foi somente a partir do final dos anos 80 que uma pequena parcela de empresas que atuam no Brasil passou a intensificar e a institucionalizar o discurso em relação às questões sociais e ambientais, realizando também, em escalas diversas, ações sociais concretas. Por outro lado, o período que vai do final dos anos 80 até o fim dos anos 90 tornou-se palco do nascimento e da consolidação de importantes fundações,

---

<sup>13</sup>SILVA, *Ciro Valério Torres da. Entre o Bem Estar Social e o Lucro: Histórico e análise da “Responsabilidade Social das Empresas” através de algumas experiências selecionadas de “Balanço Social”*. Dissertação apresentada ao PPGACP da Universidade Federal Fluminense para obtenção do título de Mestre em Ciência Política. Niterói, setembro de 2000.

<sup>14</sup>A Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) foi criada no Brasil em 1957, em São Paulo, com o incentivo da *Union Internationale des Patrons Catholiques*. No ano seguinte criou-se a ADCE do Rio de Janeiro, que tinha um sentido mais ecumênico, também envolvendo a participação de empresários não-católicos, mas abertos a ensinamentos da Doutrina Social da Igreja (DSI). Expandiu-se depois para outros Estados e é hoje particularmente atuante nos estados sulinos, de modo especial no Rio Grande do Sul. Ela ministra cursos de DSI aos empresários membros e tem por objetivo incentiva-los na aplicação dos princípios desta doutrina em suas empresas, particularmente no que concerne as relações entre capital e trabalho. Participam da ADCE chefes e executivos de empresas, na sua grande maioria, de porte pequeno ou médio, dos setores industrial, comercial e bancário. Os principais obstáculos que enfrenta a expansão de uma iniciativa tão conforme a doutrina das grandes encíclicas sociais é, de um lado, a radicalização político-ideológica que critica a posição reformista da ADCE e, de outro, a dependência de muitas empresas do capital multinacional, avesso a DSI. (ÁVILA, 1993)

institutos e organizações da sociedade civil ligados ao meio empresarial e tendo como foco a questão da ética, em particular o chamado comportamento empresarial ético e responsável. O Grupo de Institutos Fundações e Empresas (Gife, criado em 1989 e formalizada como organização em 1995), a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança (fevereiro de 1990) e o Instituto Ethos de Responsabilidade Social (junho de 1998) são alguns exemplos de instituições criadas nesta época. (TORRES, 2000)

Durante os anos 90, algumas empresas passaram a divulgar periodicamente – nos chamados relatórios ou balanços sociais anuais – as ações concretas realizadas em relação à comunidade a sua volta, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários. Primeiramente, sob a forma de documentos internos e, num segundo momento, pelos meios de comunicação e da divulgação da própria publicidade corporativa.

Dessa forma, a década de 90 destaca-se no Brasil como o período do crescimento no envolvimento de inúmeras empresas que se organizam para atuar de maneira institucionalizada no âmbito da chamada responsabilidade social corporativa. Essa nova postura de tornar-se “socialmente responsável” começava – de diversas maneiras – a ser praticada de maneira sistemática pelas empresas no Brasil. Este duplo movimento – de organizações e fundações, por um lado, e de empresas, por outro – intensificou-se a partir de 1993, sob influência da Ação da Cidadania contra a Fome e a Miséria<sup>15</sup>. (TORRES, 2000)

Tendo em vista o avanço da postura socialmente responsável entre as empresas no país ao longo dos anos, atualmente muitas são as questões e os dilemas que envolvem a prática da responsabilidade social no Brasil. Para além da compreensão do significado desta postura no âmbito de instituições privadas, questões relativas à avaliação das ações socialmente responsáveis, à sustentabilidade dos projetos, entre outras, são as perguntas que majoritariamente permeiam os debates sobre o tema no período atual. Todavia, no presente trabalho não nos debruçaremos sobre estas questões. Tenta-se aqui entender o desenvolvimento de ações sociais por parte de empresas nacionais como ações e/ou projetos de responsabilidade social e sua possível relação com ações de políticas públicas, sobretudo na área de educação, desenvolvidas pela esfera pública (governos) no Brasil.

Para atingir o objetivo proposto, analisaremos projetos de duas empresas brasileiras, sendo uma delas de médio porte da área de Tecnologia, localizada na cidade do Rio de Janeiro (Nasajon Sistemas) e outra de grande porte do setor varejista, localizada em São Paulo (grupo Pão de Açúcar). A idéia é verificar em que medida as ações das instituições privadas apresentam-se em consonância com as ações governamentais. Ademais, buscar-se-á compreender as motivações das ações realizadas pelas empresas, na tentativa de compreender o papel que estas ações desempenham em seu funcionamento.

- Nasajon Sistemas<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> A Campanha contra a Fome, coordenada pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, teve seu apogeu durante os anos de 94, 95 e 96. Caracterizava-se pela descentralização das ações de doação de alimentos não perecíveis e pela discussão de questões como: direitos de cidadania, participação e solidariedade.

<sup>16</sup> Esta empresa compôs, ao lado de três outras de pequeno e médio porte localizadas no Estado do Rio de Janeiro, o estudo de caso analisado em minha dissertação de mestrado em ciência política, intitulada “A

A Nasajon Sistemas foi fundada em 1982 e dedica-se a desenvolver e implantar soluções informatizadas de gestão empresarial. Os principais produtos incluem sistemas para folha de pagamento, contabilidade, faturamento, estoque, contas a pagar e receber, escrituração fiscal e outros. No mercado há 29 anos, a Nasajon atua em nível nacional e, no seu segmento, está entre as 200 pequenas e médias empresas que mais crescem no Brasil (Revista Exame PME / Deloitte Edição 2010) e entre as melhores empresas do setor de aplicativos (Anuário Informática Hoje - 2007 a 2010). A Nasajon foi primeira a empresa de seu segmento no Brasil a conquistar a certificação ISO 9001 para comercialização, produção, suporte técnico e manutenção de sistemas de gestão empresarial.

A empresa começou a desenvolver projetos sociais no ano 2000. Segundo Claudio Ferreira, um dos diretores da Nasajon, a empresa já teria uma “visão social há muitos anos. Mas existe uma diferença muito grande entre dar o peixe e ensinar a pescar”. Carlos diz que a empresa já “dá o peixe” há mais de dez anos, porque já participava, através de doações, de associações como a APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) e o INCA (Instituto Nacional de Câncer). A Nasajon fez uma campanha onde, durante um mês, o INCA. Contudo, Carlos ressalta que esse tipo de atividade já é feito pela empresa há muitos anos e a empresa não esperava nenhum tipo de retorno financeiro destas ações, pois “ninguém sabia disso, nem mesmo os funcionários tinham acesso a essas informações”, diz Carlos.

A motivação para o início da ação social da empresa veio justamente de Claudio Ferreira, devido ao incômodo pessoal que o diretor sentia ao ver as crianças pedindo dinheiro nas ruas do centro do Rio de Janeiro. O “desconforto” e a “culpa” que Carlos sentia o levou a dividir sua opinião com outras pessoas da empresa que já faziam trabalhos sociais através de ações individuais, em seus bairros, por exemplo. A partir deste diálogo, surgiu a idéia de formar o grupo “Solidários” Nasajon, a primeira projeto de responsabilidade social da empresa. Além do grupo “Solidários”, o início da adoção de uma postura socialmente responsável por parte da Nasajon na área social inclui o apoio a doação de sistemas de gestão, a prestação de serviços gratuitos para instituições filantrópicas, a capacitação técnica de jovens carentes, entre outras.

O grupo “Solidários”, criado em março de 2001, é formado por funcionários voluntários de todos os setores da empresa. Pelo menos uma vez por mês eles visitam creches e orfanatos realizando peças teatrais, brincadeiras e piqueniques. A idéia e principal motivação do projeto é levar diversão e “carinho” para as crianças carentes. Alguns eventos especiais marcam certas épocas do ano. No Natal, por exemplo, além das visitas a creches e orfanatos, a empresa toda se mobiliza para fazer cestas de Natal e o grupo “Solidários” faz a distribuição para as famílias carentes.

Para o funcionamento do projeto todos os funcionários da Nasajon que participam dele são voluntários, trabalham nele por vontade própria e envolvendo-se neste sempre fora do horário de trabalho. No caso do grupo “Solidários”, por exemplo, as reuniões eram realizadas semanalmente, às quintas-feiras na hora do almoço ou após o expediente. Essas reuniões tinham por objetivo realizar a escolha de ações que serão desenvolvidas

---

Responsabilidade Social do Pequeno e Médio empresário: um estudo exploratório”, apresentada em fevereiro de 2005. A entrevista em questão realizada com Carlos Ferreira, diretor da Nasajon Sistemas, na sede da empresa, localizada na Avenida Rio Branco nº45 18º andar, no Centro, Rio de Janeiro em 23 de setembro de 2004.

pelo grupo. As ações sociais desenvolvidas pelo “Solidários” são desenvolvidas fora do horário, nos fins de semana. Os funcionários também ajudam no custeio do projeto: entre aqueles que não atuam diretamente das ações- indo aos locais que recebem doações etc. – a forma de participação se dá através da doação mensal de 1 tíquete refeição de cada funcionário. A Nasajon seria a responsável pela conversão os tíquetes arrecadados em dinheiro, que seria usado para financiar as ações sociais organizadas pelo grupo “Solidários”. Todavia, o valor arrecadado com as doações dos funcionários não é o suficiente para o custeio total dos projetos. Por isso a Nasajon doa parte do valor (que corresponde a 50% do total arrecadado para uma ação) e, caso seja necessário, completa com mais dinheiro os custos de uma ação. Hoje cerca de 90 funcionários participam do projeto doando tíquetes, cerca de 40 trabalham na idéia direta do projeto e cerca de 20 funcionários se revezam nas visitas mensais aos abrigos.

Em 2004, o diretor afirmava que existiam para os projetos desenvolvidos não só planos de continuidade, mas também de expansão destes. Segundo Claudio, como nunca houve uma “pressão” sobre os resultados dos projetos, eles foram crescendo aos poucos. Como já dito anteriormente, a Nasajon começou suas ações sociais organizando campanhas de doação de alimentos a instituições ou a populações carentes, sem realizar seus projetos através de parcerias continuadas com outras empresas. Todavia, o diretor destaca que, mesmo se uma parceria proposta para uma determinada ação não se concretizar, a empresa realizará a ação proposta do mesmo jeito. O único parceiro vital para a empresa, nas palavras de seu diretor, seriam seus funcionários.

Ademais, o diretor destaca que a Nasajon, ainda em 2004, não desenvolve seus projetos sociais no ritmo que gostaria. Isto ocorreria devido ao caráter voluntário da execução dos projetos: a época, os funcionários seriam responsáveis pela administração da empresa e dos projetos sociais. Carlos também destaca o porte da empresa – trata-se de uma empresa de pequeno porte - como aspecto responsável pelo desenvolvimento de projetos sociais de pequena escala, com atividades reduzidas, quando comparados a projetos socialmente responsáveis desenvolvidos por empresas de grande porte. O diretor resume esta idéia ao dizer que os projetos sociais da Nasajon “são muito mais coração” ressaltando e valorizando o lado emocional, amadorístico de seus projetos sociais.

Contemporaneamente a Nasajon passou por grandes mudanças, sobretudo no que tange os projetos de responsabilidade social da empresa. A empresa concentra seu investimento social em dois projetos principais: o “ApoiaRH”, cujo objetivo é oferecer capacitação técnica a jovens de 18 a 25 anos que estão fora do mercado de trabalho e, ao final do curso, tentar incluí-los neste mercado, através do envio do currículo dos alunos para os clientes da empresa. Para participar do curso, que é gratuito, os alunos contam com material didático oferecido gratuitamente pela empresa e auxílio-passagem. O projeto “Fibra Nova”, que busca contribuir para a geração de renda em comunidades da Baixada Fluminense, no estado do Rio de Janeiro, a partir do uso da fibra de bananeira, com a produção de malha natural para aplicação em agendas, bolsas e diversos materiais decorativos e de uso pessoal. A Nasajon facilita a aquisição dos teares e a Reciclar garante a aquisição de todo o material produzido nas comunidades. A iniciativa aumenta a renda das famílias integrantes do Projeto.

Todavia, o principal projeto da empresa no âmbito das ações voltadas ao desenvolvimento de uma postura socialmente responsável é a participação desta no

projeto ForSoft<sup>17</sup>. Trata-se de iniciativa de âmbito nacional do governo federal, realizada através dos Ministérios da Ciência e Tecnologia (MCT) e do Trabalho e Emprego (MTE), que teve início em 2009, buscando atender demanda das empresas brasileiras em atividade, em sua busca por mão-de-obra especializada. Os recursos do projeto são divididos entre o governo federal (50%) e as chamadas “empresas-madrinhas” (50%), que escolhem a linguagem para a formação dos programadores baseadas em suas necessidades regionais, selecionam as cidades onde os cursos acontecem, auxiliam os alunos com uma bolsa e comprometem-se a contratar no mínimo 30% dos alunos formados. O objetivo do projeto é formar jovens, recrutados em comunidades carentes, como programadores de computador em nível médio. O projeto inclui também aulas de inglês na formação dos programadores. O tempo de duração do curso é de cinco meses.

O Forsoft é aberto às empresas que desejarem participar como “madrinhas” dos alunos, visando promover desde o início uma integração entre o futuro empregado e sua empregadora, bem como assegurar tanto uma seleção adequada de jovens com aptidão para programação de computadores como uma qualidade do curso à altura das exigências normais da empresa para a função de “Programador Iniciante” ou equivalente.

Em 2011 a Nasajon se tornou uma das empresas madrinhas do Projeto Forsoft, desenvolvido pelo Ministério da Ciência e Tecnologia, em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro. A gerente de recursos humanos da empresa, Sheila Saubermann destaca que a formação da parceria entre governo federal, local (prefeitura da Cidade) e empresa constitui uma iniciativa muito importante não só para a Nasajon, mas para o mercado como um todo. “Estamos vivendo um momento muito especial na economia brasileira. As empresas estão crescendo e precisando, cada vez mais, de mão de obra qualificada. O mercado como um todo ainda está muito carente de bons programadores. Precisamos qualificar nossos jovens e estimular os novos talentos”.

#### - Grupo Pão de Açúcar

A história do grupo pão de açúcar teve início a pouco mais de 60 anos, em setembro de 1948, na cidade de São Paulo. O início se dá com a abertura da Doceira Pão de Açúcar, realizada por seu fundador, o imigrante português Valentim dos Santos Diniz. O negócio se mostra bem-sucedido, propiciando após quatro anos a abertura de duas filiais e, em 1959, a inauguração do primeiro supermercado da rede, de mesmo nome. O supermercado é dirigido pelo filho primogênito de Valentim, Abílio Diniz. Abílio participa das atividades do grupo até hoje.

A década de 60 marca a implementação de forte expansão da rede. Em 1965, a rede chegava a 11 lojas. No ano seguinte, é inaugurada em Santos a primeira loja fora da cidade de São Paulo. Em 1968, quando a rede já era composta por 64 lojas, foi criada a Divisão Internacional, fazendo com que as lojas do Grupo Pão de Açúcar (GPA) chegassem a Portugal, Angola e Espanha.

---

<sup>17</sup>As informações aqui apresentadas podem ser encontradas no site: <http://www.rio.rj.gov.br/web/sect/exibeconteudo?article-id=1849147>

O processo de expansão continua nos anos seguintes. A década de 90 marca o início de mudanças no processo de expansão: o Grupo Pão de Açúcar começou os anos de 1990 fazendo uma enorme reengenharia, norteadada pela concentração de seus negócios no varejo alimentício. Com o objetivo de obter fundos para financiar sua expansão, em 1995 a companhia abre seu capital, na Bolsa de Valores de São Paulo, e dois anos depois torna-se a primeira empresa varejista nacional a operar na Bolsa de Valores de Nova York. Finalmente, em agosto de 1999 associou-se ao Grupo francês Casino, tendo este adquirindo 24,5% do controle do grupo Pão de Açúcar. Em 2005, através da criação de uma nova *holding*, o controle do Grupo passou a ser compartilhado de forma igualitária (50% para cada) entre Abilio Diniz e o Grupo Casino.

Em 2009 o Grupo Pão de Açúcar anuncia a aquisição do Ponto Frio (Globex Utilidades S/A e suas controladas). O negócio reafirma o desejo da empresa em crescer no segmento de não alimentos e recoloca o Grupo na liderança do varejo brasileiro, com cerca de R\$ 26 bilhões de faturamento, mais de 1.000 lojas e 79 mil funcionários.

O grupo se define de forma abrangente, considerando diversos aspectos como elementos constitutivos de sua estrutura. Ao observar as definições de missão e visão apresentadas pelo grupo pode-se verificar esta idéia de forma mais específica.

O grupo pão de açúcar entende como sendo sua missão “garantir a melhor experiência de compra para todos os nossos clientes, em cada uma de nossas lojas”. A visão do grupo traduz o desejo do mesmo em “ampliar a participação no mercado brasileiro de varejo e tornar-se a empresa mais admirada por sua rentabilidade, inovação, eficiência, responsabilidade social e contribuição para o desenvolvimento do Brasil”.

A responsabilidade social estaria intimamente ligada a definição de visão apresentada pelo grupo pão de açúcar. Suas ações socialmente responsáveis se dão em três frentes: social, ambiental e relativa à qualidade de vida. O projeto social denominado “nata”, que será analisado neste trabalho, é desenvolvido na parte dita “social”.

Os projetos desenvolvidos pelo Grupo Pão de Açúcar na área social são iniciativas que apresentam como sendo sua finalidade principal contribuir para o fortalecimento da vida comunitária ao redor das lojas, mobilizando colaboradores, clientes e sociedade como um todo para a ação solidária. Além do projeto “Nata”, o grupo desenvolve outras ações na área social, tais como: campanhas de arrecadação de agasalho e de vacinação, ações voluntárias e também apoio a instituições sociais são algumas das ações, entre outras.

O Nata (Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos / Colégio Estadual Comendador Valentim dos Santos Diniz) é fruto da parceria entre o Grupo Pão de Açúcar, as secretarias de Educação e de Pesca e Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro e a Cooperativa Central dos Produtores de Leite, a iniciativa tem por objetivo oferecer um modelo educacional que gere conhecimentos locais e crie oportunidades de emprego para jovens que acabaram de completar o ensino fundamental. Ademais, por meio do ensino profissionalizante, em horário integral, formar mão de obra especializada e preparada para atender às demandas de mercado da região.

O NATA é um complexo educacional localizado no município de São Gonçalo, no estado do Rio de Janeiro, que conta com três unidades: a Escola Comendador Valentim

dos Santos Diniz, que inclui em sua grade curricular de ensino médio, em período integral, educação técnica na área alimentícia; a Unidade Associada de Alimentos (UNICA) e a Unidade de Pesquisa Aplicada de Alimentos (UNIPA).

O espaço conta com 20 salas de aulas, com capacidade para atender 600 alunos, que saem do NATA com a formação técnica em Leite e Derivados, Panificação, Embutidos e Manipulação de Vegetais e aptos a trabalhar em indústrias, em cooperativas e no varejo. Fazem ainda parte da estrutura: quadra poliesportiva, biblioteca, sala ecológica para aulas ao ar livre, sala multimídia e salas de artes.

A duração do curso é de três anos, em horário integral, das 7h às 17h30. A primeira turma se formará em 2011. Eles foram admitidos após concurso, por meio de prova escrita. As aulas são planejadas em conjunto entre professores do núcleo básico e do ensino técnico. Atualmente, 360 alunos estudam no C.E. Valentim dos Santos Diniz, sendo 240 no Curso de Leite e Derivados e 120 no de Panificação.

O valor da implantação do Nata na escola de São Gonçalo foi de R\$ 11 milhões: R\$ 4 milhões por parte da Secretaria de Educação do Estado do Rio de Janeiro (SEEDUC) e R\$ 7 milhões por conta do Grupo Pão de Açúcar, além do apoio técnico ao projeto. A Cooperativa Central dos Produtores de Leite (CCPL) concedeu a cessão do terreno para construção da unidade de ensino.

Representantes do governo do estado do Rio de Janeiro e o grupo pão de Açúcar declararam em evento realizado no início de 2011, que marcou o início do ano letivo, que o projeto “Nata” é uma iniciativa de parceria pioneira no Estado do Rio de Janeiro. Ademais, é objetivo comum – tanto do estado quanto do grupo pão de açúcar – trabalhar para modificar o Ensino Médio, oferecendo educação básica aliada à formação profissional. O “Nata” seria um exemplo desse modelo de ensino, que qualifica mão-de-obra para ingressar no mercado de trabalho.

#### Parte IV- Considerações finais

A discussão acerca do fenômeno da responsabilidade social é ampla e complexa. Alguns estudiosos<sup>18</sup> que analisam o fenômeno mencionam majoritariamente aspectos positivos do mesmo, como a promoção e fortalecimento da sociedade civil; coexistência de atores e interesses diferenciados que estariam “tomando espaço” na esfera pública, entre outros. Em linhas gerais, eles entendem que, substancialmente, as novas práticas empresariais são influenciadas diretamente pela pressão e interesses da sociedade civil e que trazem benefícios para todos os envolvidos, em diferentes níveis. Em última instância, acreditam que a responsabilidade social é capaz de gerar ganhos para todos os envolvidos.

Ao observar este contexto, torna-se difícil questionar a validade e o real significado da responsabilidade social hoje. Falar sobre responsabilidade social no Brasil

---

<sup>18</sup> Muitos são os trabalhos que seguem esta linha de interpretação acerca do fenômeno da responsabilidade social. Todavia, para auxiliar a compreensão do fenômeno no presente estudo, os trabalhos aqui apresentados são o de MELO NETO e FROES (1999); RICO (2004); GRAYSON e HODGES (2002); ASHLEY (2001); PORTER E KRAMER (2006).



contemporaneamente parece ainda mais difícil. Por quê? Bem, muitas são as razões. Estas vão desde o significado do que vem a ser responsabilidade social – tal qual já apontado por Salamon (2010) até os possíveis limites destas ações, desenvolvidas fundamentalmente por empresas privadas.

Não parece possível apontar conclusões definitivas para estas questões – tampouco este se constituiu em objetivo do presente trabalho. Todavia parece importante tentar compreender e aprofundar ainda mais o debate acerca do tema. Trabalhos como o de David Vogel (2004) e Lester Salamon (2010) ajudam a compreender a prática socialmente responsável de forma ampliada, visto que os autores levam em conta variados aspectos relativos à adoção de uma postura socialmente responsável por parte das empresas. Entender primordialmente a responsabilidade social como uma postura que sempre traz benefícios para a empresa não parece ajudar nas investigações acerca do desenvolvimento do fenômeno. Estudos como os realizados por Vogel já apontavam isso.

Os avanços acerca do desenvolvimento da responsabilidade social são também tema recorrente nos estudos desenvolvidos sobre o tema hoje. No caso brasileiro nos chama a atenção a mudança de rumos que as ações socialmente responsáveis vêm tomando atualmente. Se em um primeiro momento as empresas valorizavam ações individuais, realizada por elas mesmas de forma autônoma e isolada, hoje o cenário é bastante distinto. A presença de atores como o Estado na implementação de ações socialmente responsáveis junto às empresas é cada dia mais recorrente na prática da responsabilidade social no Brasil, independentemente do tipo e/ou porte da empresa.

Estas transformações podem ter vários significados e interpretações. Se inicialmente as ações de responsabilidade social desenvolvidas no Brasil apresentavam contornos muito próximos a ações filantrópicas, tradicionais, parece-nos que hoje estas ações buscam estar conectadas a políticas sociais em desenvolvimento, valorizando assim a construção e realização de parcerias entre, de um lado, empresa e empresários e, de outro, sociedade e Estado.

Como visto no presente trabalho, parte significativa dos empresários brasileiros, sobretudo a partir da década de 80, buscam participar de forma ativa junto ao Estado no que diz respeito a construção de políticas relativas a promoção do desenvolvimento do Brasil em um contexto de democracia (Gomes, 2007). A configuração de parcerias entre empresas e o Estado (tanto na esfera federal como nas esferas locais) em ações sociais de cunho público, tomadas pelas empresas como ações integrantes de seus programas de responsabilidade social podem ser entendidas como tentativa de aprofundamento da relação entre empresa e Estado, sobretudo devido ao cunho prático das ações desenvolvidas. Não se trata agora – diferente do que ocorreu nas décadas de 1980 e 1990, com o PNBE, que buscava pensar projetos para um Brasil democrático nascente, mas sim tornar este Brasil um país de fato desenvolvido. Sair da esfera do discurso e migrar para a esfera da prática aproxima a empresa do Estado e da Sociedade que é representada pelo mesmo. Ademais, torna esta empresa parte do mundo social, o que pode ser entendido como uma nova forma de legitimação da empresa junto à sociedade no contexto contemporâneo.

## Referências Bibliográficas

- BARBOSA, Livia. “Globalização e Cultura de negócios”, in Ana Maria Kirschner, Eduardo R. Gomes e Paola Cappellin, orgs., *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002.
- CARDOSO, José Celso Jr. e JACCOUD, Luciana *Políticas Sociais no Brasil: Organização, Abrangência e Tensões da Ação Estatal*, in *Questão Social e Políticas Sociais no Brasil Contemporâneo*, IPEA, 2009.
- FAUSTO, Boris. *História Concisa do Brasil*. EDUSP, 2002.
- GADEA, Carlos A., SCHERER-WARREN, Ilse. A contribuição de Alain Touraine para o debate sobre sujeito e democracia latino-americanos. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, n. 25, Nov. 2005. Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-44782005000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782005000200005&lng=en&nrm=iso)>. access on 22 Dec. 2011.
- GOHN, Maria da Glória. *Movimentos e lutas sociais na história do Brasil*. São Paulo: Loyola, 1995, p. 44.
- GOMES, Eduardo R. “Além do mercado: origens, trajetória e características da responsabilidade social das empresas no Brasil”, In: Angela de Castro Gomes. (Org.). *Direitos e cidadania - justiça, poder e mídia*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2007, v. 1, p. 169-192. 1ª ed.
- \_\_\_\_\_ e GUIMARÃES, Fabrícia C. “Os Empresários entre a Tradição e a Renovação: O Caso do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE)”, *Revista Internacional de Estudos Políticos*, v 2, n. 1, 1999
- GRAYSON, David e HODGES, Adrian. *Compromisso Social e Gestão empresarial*. São Paulo: Publifolha, 2002.
- HASLAM, Paulo Alexander. “Is Corporate Social Responsibility a Constructivist Regime? Evidence from Latin América”. *Global Society Review*: vol. 21, No. 2, April, 2007.
- KIRSCHNER, Ana Maria. “Empresários Brasileiros dos Anos 90: Sucessão e Mudança de Mentalidade?”, In. KIRSCHNER, Ana M e GOMES, Eduardo R. orgs. *Empresa, Empresários e Sociedade*. Rio de Janeiro, Sete Letras/Fundação José Bonifácio, 1999.
- MELUCCI, Alberto. *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colégio de México, 1999.
- SALAMON, Lester M. *Rethinking Corporate Social Engagement – Lessons from Latin America*. Sterling, VA, Kumarian Press, 2010.
- SILVA, Ciro Valério Torres da. *Entre o Bem Estar Social e o Lucro: Histórico e análise da “Responsabilidade Social das Empresas” através de algumas experiências selecionadas de “Balanço Social”*. Dissertação apresentada ao PPGACP da Universidade Federal Fluminense para obtenção do título de Mestre em Ciência Política. Niterói, setembro de 2000.
- TOURAINE, Alain. *Podemos viver juntos? Iguais e diferentes*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- VOGEL, David. *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. The brookings institution: Washington, 2006.

### Fontes

- Nasajon Sistemas: <http://www.blognasajon.com.br/>  
<http://www.nasajon.com.br/apresentacao/nasajon-sistemas>

- Governo do estado do rio de janeiro- secretaria de educação  
<http://www.rj.gov.br/web/mapa/exibeconteudo?article-id=565728>
- Grupo Pão de Açúcar- <http://www.grupopaodeacucar.com.br/>
- Prefeitura do Rio de Janeiro- <http://www.rio.rj.gov.br/web/sect/exibeconteudo?article-id=1849147>
- Governo Federal- <http://www.planalto.gov.br>