Instrumentalidade e Altruísmo na Responsabilidade Social Corporativa: em busca de novas leituras[1]

Sylmara Lopes Francelino Gonçalves-Dias[a]

Armindo dos Santos de Sousa Teodósio[b]

Síntese

O presente artigo se propõe a realizar uma análise crítica acerca da discussão sobre a chamada Responsabilidade Social Corporativa (RSC) no campo de conhecimento da Administração. A tarefa apresenta-se como urgente e necessária, na medida em que as justificativas apresentadas para a prática da RSC encontradas não apenas no discurso empresarial, bem como na mídia e, sobretudo, nas discussões acadêmicas são múltiplas, padecendo muitas das vezes de baixa profundidade teórica e outras tantas de extremo ecletismo na construção de narrativas científicas. O resultado é o atropelo e a desfiguração dos elementos centrais para a compreensão da dinâmica política e econômica, que se constitui em pano de fundo das iniciativas gerenciais nessa esfera, e dos impactos desse fenômeno na realidade social. Este ensaio se propõe a discutir os desdobramentos sobre o avanço da cidadania através da Responsabilidade Social Corporativa, buscando sintetizar e promover o diálogo entre três narrativas teóricas sobre RSC, a saber: (1) Ética ou Normativa; (2) Social ou Contratual; (3) Gerencial ou Estratégica. A discussão indica que o embate entre diferentes atores e interesses tanto das comunidades beneficiadas pelos projetos quanto das empresas, governos e organizações não-governamentais, carrega por um lado possibilidades de mudança social, tão desejada no país, como também traz importantes constrangimentos à construção de uma cidadania plena no contexto brasileiro.

Introdução

Parece existir um crescimento das preocupações acerca do papel das empresas na sociedade. Projetos sociais de origem empresarial têm assumido um lugar de destaque na estratégia das corporações, através de grande exposição na mídia e mesmo da presença nos debates acadêmicos, principalmente naqueles concentrados nas chamadas ciências gerenciais. Esse fenômeno observado no cenário de negócios brasileiros acompanha tendência que se manifesta nos países capitalistas centrais,

---

[1] DIAS, S. F. L. G., TEODÓSIO, A. S. S. Instrumentalidade e Altruísmo na Responsabilidade Social Corporativa. In: **Integração**, v.IX, p.1 - 16, 2006 (disponível em integracao.fgvsp.br).

sobretudo os EUA, nos quais existe uma forte tradição de intervenção empresarial sobre os problemas sociais. Muitos temas emergiram recentemente e deram novos contornos à esta discussão: desastres ambientais, desigualdades sociais sem precedentes, questionamento sobre o papel das multinacionais em países pobres, escândalos econômicos e financeiros, entre outros.

Não obstante o recente aumento do volume de publicações acerca da Responsabilidade Social Corporativa e de temas vinculados a esse conceito como Ética nos Negócios, Controle Social, *Accountability*, Gestão de Projetos Sociais, dentre outros, as discussões sobre o papel e a responsabilidade das organizações empresariais sobre seus impactos no tecido social não são uma novidade na história do pensamento econômico e administrativo.

A RSC nasceu juntamente com a empresa capitalista no final da Idade Média (ASHLEY, 2000; BARBERO, BRITTO, 2004). Apesar desta recente faceta, o assunto Responsabilidade Social Corporativa observou diferentes momentos e perspectivas ao longo de sua trajetória histórica. A proposta deste ensaio é buscar evidências históricas, tanto no que diz respeito ao conceito teórico *per si*, tal como foi discutido por acadêmicos, como sobre o entendimento que a sociedade desenvolveu ao longo do tempo sobre as responsabilidades dos empreendimentos privados na vida pública.

Se a centralidade atribuída aos projetos sociais de empresas na atualidade permite um avanço das reflexões no cenário empresarial brasileiro, por outro lado, deve-se atentar para o fato de que muitas estratégias e técnicas de gestão, na maioria das vezes importadas e aplicadas como verdadeiras panacéias para a competitividade, chegam a ser descartadas antes mesmo de atingirem sua maturação (MICKLETHWAIT, WOOLDRIDGE, 1998).

Ao mesmo tempo em que o debate sobre a relevância de projetos sociais desenvolvidos por empresas se desenvolve, novos termos e expressões são veiculadas, tentando trazer novas concepções às antigas estratégias de intervenção nos problemas ambientais da comunidade. Dentre essas novas terminologias, destacam-se “Cidadania Empresarial”, “Investimento Social Privado”, “Ética nos Negócios” e “Filantropia Empresarial”.

O objetivo deste ensaio é apresentar e discutir a evolução das principais correntes teóricas empenhadas em justificar o conceito de Responsabilidade Social Corporativa. A escolha explica-se pelo fato de que, embora no Brasil fale-se cada vez mais a respeito de ética nos negócios e de responsabilidade social das atividades

empresariais, freqüentemente os pressupostos teóricos subjacentes a esse debate não vêm à tona de modo claro, nem são explicitadas certas afiliações ideológicas fundamentais (KREITLON, 2004). Por debaixo do discurso politicamente correto e bem intencionado de lideranças empresariais, da mídia de negócios e mesmo de algumas leituras acadêmicas extremamente normativas sobre Responsabilidade Social Corporativa encontram-se também idéias e valores subliminares relevantes. Tais perspectivas trazem importantes desdobramentos sobre a construção da esfera pública, da cidadania e da proteção ambiental, não apenas nos países capitalistas centrais, mas sobretudo em países em desenvolvimento, como o Brasil.

RSC: embates em torno de significados e significantes

O conceito de responsabilidade social empresarial é dinâmico e complexo, pois assume significações diferenciadas em contextos distintos, que variam desde o cumprimento das obrigações legais até a intervenção em problemas sociais (BORGER, 2001). As contribuições encontradas na literatura acadêmica sobre RSC cobrem um extenso leque de temas: desde preocupações com o bem estar dos trabalhadores, passando pela responsabilidade com os produtos e chegando até compromissos com a sociedade e os impactos ambientais (CARROLL, 1979).

Sobre esta multiplicidade de enfoques vale citar Sethi (1975:58): "*...(o termo) RSC vem sendo usado nos mais variados contextos culturais e, portanto, tem recebido muitas definições. Destituído de conteúdo maduro, tende a significar quase tudo*".

Muitas empresas, acadêmicos e inclusive a mídia vêm ressaltando exclusivamente a instrumentalização da responsabilidade social corporativa como forma de melhorar a reputação da empresa, identificar oportunidades de testar novas tecnologias e produtos e, desta forma, adquirir vantagens competitivas no mercado globalizado. É o caso de Kanter (1999), que transmuta o conceito de responsabilidade social corporativa para o de inovação social corporativa, apontando casos concretos de empresas que se envolveram em questões sociais a fim de inovar processos e produtos organizacionais.

Parte da literatura mais recente sobre responsabilidade social corporativa expõe as lacunas com as quais a compreensão teórico-conceitual sobre RSC se depara atualmente. Entre elas, é interessante destacar, para a presente reflexão, as contribuições de Jones (1999) e Logsdon e Yuthas (1997).

Jones (1999) identifica quais são os antecedentes institucionais para que o discurso e prática de responsabilidade social corporativa possam ser realizados, principalmente pelo processo de *stakeholder management* integrante do conceito de responsividade social. Tais condições institucionais seriam necessárias, mas não suficientes, uma vez que a prática de *stakeholder management* depende fundamentalmente dos agentes de decisão possuirem valores consistentes com a responsabilidade social e agirem de acordo com eles. Os antecedentes institucionais se dariam nos níveis sociocultural, nacional, da indústria em que a corporação está inserida, da empresa e do indivíduo.

Desde que a problemática relativa às relações entre ética, empresas e sociedade emergiu no início dos anos 60, a produção acadêmica nesse campo cindiu-se em três tipos de abordagens, bastante distintas segundo Kreitlon (2004): a *Business Ethics*, matriz e precursora de todas elas, identificável por sua natureza normativa; a *Business & Society*, de orientação sociopolítica e contratual; e a *Social Issues Management*, abordagem de cunho instrumental, voltada para a gestão estratégica das questões éticas e sociais.

As correntes de pensamento mencionadas partem de campos e princípios bastante distintos, em sua abordagem do questionamento ético e social das empresas. Vale a pena destacar que nenhuma delas constitui um campo de pesquisas independente e unificado, e que muitas vezes os elementos conceituais de uma vertente são empregados por outra, e vice-versa. Isto é particularmente verdadeiro em relação à teoria dos *stakeholders*, por exemplo. Contudo, certos pressupostos básicos permeiam e distinguem, de maneira decisiva, cada uma destas abordagens.

A abordagem **Neoclássica** define Responsabilidade Social como o conjunto de ações que visam maximizar os lucros dos acionistas dentro dos limites da lei. Os argumentos desta abordagem, cujo expoente máximo é o economista Milton Friedman, é que a "mão invisível" do mercado é suficiente para dar equilíbrio às relações empresa versus sociedade. Deste modo, caso uma organização de mercado invista em projetos sociais, deve repassar os custos inerentes a isso aos clientes e, em última instância, à sociedade. Esta perspectiva defende que a única responsabilidade social de uma empresa é maximizar o retorno para seus acionistas dentro dos limites estabelecidos pela lei. Esta abordagem assume ainda que os cidadãos têm a habilidade de regular o comportamento dos agentes econômicos através da legislação e de um comportamento racional de compra. Tal perspectiva vem sendo intensamente criticada pela literatura.

Suas deficiências mais apontadas são duas: (**1**) Assume que as empresas operam em um ambiente cuja legislação e mercado são perfeitos; e (**2**) Subestima as implicações da RSC em termos de retornos a longo prazo para os acionistas.

A abordagem da **Ética Empresarial** (*Business Ethics*), na condição de ramo da ética aplicada, propõe um tratamento de cunho filosófico, normativo, centrado em valores e em julgamentos morais (KREITLON, 2004). Para a abordagem normativa, a Responsabilidade Social Corporativa decorre diretamente de sua responsabilidade moral, isto é: ela precisa agir de modo socialmente responsável porque, sendo isto o correto, é seu **dever moral** fazê-lo (segundo o mesmo argumento de matriz kantiana aplicável aos indivíduos). Este raciocínio contrapõe-se, portanto, às teses da 'mão invisível', defendida por Friedman (é o mercado livre e competitivo que moraliza o comportamento corporativo), e da 'mão do governo', desenvolvida por Galbraith (a regulamentação governamental é que o faz), já que nenhuma delas aceita a idéia de que a firma possa ter um julgamento moral independente, enquanto ator social. Em resumo, as principais características desta escola são: sua posição como precursora dos estudos nessa área, sua forte base filosófica, e seu viés predominantemente normativo.

Já a corrente que pode ser denominada de **Negócios e Sociedade** (*Business & Society*) adota uma perspectiva sociopolítica, e sugere uma abordagem contratual aos problemas entre empresas e sociedade. A abordagem contratual enfatiza que, na condição de construção instituição social, a empresa é criada para desempenhar determinadas funções junto à sociedade; sua legitimidade ou "direito de existir outorgado por outrem" depende do correto cumprimento dessas funções. Quanto mais poderosa uma organização, maior é sua rede de partes interessadas, maiores são os impactos sociais que pode causar e maiores se tornam as demandas para que atue de modo responsável. Nessa perspectiva, o poder mal utilizado tende a acarretar uma perda de legitimidade, e pode resultar na redução ou retirada do poder da empresa, através de novas legislações impostas pelo poder político.

Pode-se afirmar que a abordagem contratual das relações entre ética, empresas e sociedade procura justificar a RSC a partir de uma perspectiva predominantemente sociopolítica, atenta aos interesses dos diferentes grupos de atores sociais com os quais a empresa interage e consciente dos conflitos e disputas pelo poder que se desenrolam nesse cenário. É uma abordagem que traz para o primeiro plano e "corporifica" a sociedade – virtualmente ausente da abordagem normativa, a não ser enquanto

recipiente e beneficiária de grandes princípios morais, tais como a justiça ou a igualdade.

Por fim, a escola da **Gestão de Questões Sociais** (*Social Issues Management*) é de natureza nitidamente utilitária, e trata os problemas sociais como variáveis a serem consideradas no âmbito da gestão estratégica. Esta perspectiva, que também pode ser chamada de utilitária ou instrumental, defende a idéia de que, a médio e longo prazos, o que é benéfico para a sociedade é bom para a empresa e sugerindo, de maneira implícita e correlata, que aquilo que traz benefícios para a empresa também o é para a sociedade, postulado fundamental das teses econômicas neoclássicas.

Segundo Jones (1996), as justificativas para o entendimento da RSC sobre o prisma da Gestão de Questões Sociais baseiam-se em três argumentos principais, todos de caráter utilitário: a) a empresa pode tirar proveito das oportunidades de mercado decorrentes de transformações nos valores sociais, se souber antecipar-se a eles; b) o comportamento socialmente responsável pode garantir-lhe uma vantagem competitiva; c) uma postura proativa permite antecipar-se a novas legislações, ou mesmo evitá-las. Os dois primeiros argumentos são basicamente estratégias de marketing, e, assim como o terceiro, endossam a visão neoclássica das finalidades corporativas, segundo a qual a única função legítima da empresa é perseguir seus próprios interesses fundantes: crescimento e lucratividade. A produção acadêmica vinculada a esta escola propõe uma abordagem sistemática à gestão de questões sociais, de modo a melhor atingir os objetivos da organização (LOGSDON, 1988).

Consequentemente, grande ênfase é dada à capacidade de aproveitar oportunidades e de minimizar riscos, através da pronta identificação e resposta a questões de cunho ético e social suscetíveis de impactar a empresa – atitude que, por sua vez, resultaria na realização de maiores ganhos. Não por acaso, esta é a abordagem que está por trás dos numerosos, e nunca conclusivos, estudos que tentam correlacionar RSC e lucratividade (KREITLON, 2004).

Naturalmente, as justificativas apresentadas para a prática da Responsabilidade Social Corporativa, assim como a própria definição do conceito, diferem segundo sua maior vinculação a uma ou outra dessas abordagens. Para Kreitlon (2004), se a abordagem normativa afirma que as empresas, enquanto agentes ‘conscientes’, devem estar sujeitas às mesmas regras morais que os indivíduos, a abordagem contratual enfatiza a relação de interdependência existente entre empresa e sociedade, e no fato de que, na condição de instituição social, a empresa deve estar a serviço da sociedade que a

legitima. Já a abordagem utilitária é menos progressista, e contenta-se em afirmar que *"A ética é um bom negócio"* (discurso comumente encontrado na mídia de negócios e na literatura não-científica do campo profissional da Administração), e não faz mais que adaptar as teses econômicas neoclássicas às últimas tendências da gestão estratégica.

Encruzilhadas da RSC tupiniquim

Apesar de alguns autores utilizarem os termos responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial como sinônimos, as autoras apontam que popularmente este conceito tem sido tratado de maneira bastante instrumental, como algo que traria vantagem competitiva à organização frente à crescente concorrência, seu aspecto mais ressaltado tem sido o de investimento na comunidade através de projetos ou ações sociais com recursos transferidos por empresas, tema este que vem ganhando muito espaço nos fóruns de discussão empresarial e na mídia dirigida aos empresários. Cumpre observar, no entanto, que a existência de correlação positiva entre duas variáveis não implica, necessariamente, relação de causa e efeito (OLIVEIRA, *et al*, 2005). Assim sendo, não há garantias de que a responsabilidade social afeta os resultados financeiros das empresas.

Parecem ser raros os casos de empresários e executivos que ainda desconsideram totalmente suas responsabilidades sociais, podendo-se dizer que a sensibilidade para com os problemas sociais já está institucionalizada. Segundo Ventura (2003), as organizações vêem-se pressionadas para tornarem-se mais solidárias e chamadas a uma maior participação, abertura e integração com a sociedade, pela ameaça de serem abandonadas por seus consumidores, pressionadas pela sociedade civil organizada ou mesmo processadas pelo poder público.

Para a autora, a Responsabilidade Social Corporativa avança à medida que se acirra a competição entre empresas. O principal problema com os modelos e com os argumentos sobre RSC, segundo Ventura (2003), é que eles se concentram na determinação das razões, dos motivos, das conseqüências e dos benefícios desta e assumem que todos os outros atores sociais ganham com sua adoção. Não se considera a dimensão pública/política dessas ações, deixando-se em segundo plano a indagação se há ganhos efetivos e como a responsabilidade social contribui – ou não – para a garantia dos direitos dos cidadãos estabelecidos na organização da sociedade.

Não se pode esquecer que corporações com maior poder em suas cadeias produtivas podem forçar empresas fornecedoras e distribuidoras a adotarem práticas

similares às suas, no caso, impondo ações no âmbito da responsabilidade social corporativa. Além disso, a literatura no campo dos estudos organizacionais indica que as organizações empresariais buscam mimetizar práticas de outras organizações que julgam de ponta, tentando com isso mitigarem incertezas e impactos decorrentes do ambiente sóciopolítico e econômico que as cerca.

Há também a conscientização dos gerentes e a demanda da sociedade civil por uma postura mais responsável e cidadã, que podem fazer as ações organizacionais convergirem para ações mais responsáveis, levando em conta os *stakeholders* da organização e divulgando e ampliando o movimento pela responsabilidade corporativa (VENTURA, 2003). No entanto, cabe destacar que esses mesmos processos de difusão dos valores da RSC podem assumir dinâmicas que perpetuem ações voltadas essencialmente para a visibilidade institucional ou para um discurso politicamente correto que pouco condiz com as efetivas práticas empresariais.

Um dos grandes problemas para mudar as perspectivas sobre o capitalismo é apontado por Ventura (2003) como conseqüência da incorporação do utilitarismo à economia, o qual permitiu assumir como "natural" que tudo aquilo que é benéfico para o indivíduo o é também para a sociedade. Mas, como a motivação material não é suficiente para que o trabalhador assalariado se dedique à empresa como esta deseja, as dinâmicas de sociabilidade no sistema capitalista desenvolvem justificações morais para a regulação de seus conflitos e contradições. É aí que as novas formas de acumulação precisam parecer sedutoras e apoiarem-se na referência do bem comum, além de defenderem-se daquelas pessoas que entendem os novos dispositivos como ameaças à sua identidade social. A partir dessa perspectiva, a Responsabilidade Social Corporativa surge como resultado da crítica à forma pela qual as empresas se relacionam com a sociedade, (re)criando provas e dispositivos que desmantelem a crítica e não causem prejuízo para a lucratividade.

O caso brasileiro, para a autora, é típico do mimetismo de práticas gerenciais originárias de empresas multinacionais, sem questionamentos mais profundos de seus desdobramentos sobre diferentes esferas da atividade empresarial e da vida em sociedade. Concorrentes passam a mimetizar as práticas gerenciais, estudiosos passam a divulgá-la e, com isso, inicia-se um processo de estudos sobre o assunto e de tentativas de definição e adaptação à realidade brasileira. A empresa que adota o discurso passa a ter um diferencial em relação ao ambiente empresarial em que se inscreve, institucionaliza-se o movimento como uma prática aceita e legitimada. Mas Ventura

(2003) questiona que tipos de atores estão legitimando a construção do conceito de responsabilidade social corporativa no cenário brasileiro. Dados levantados por pesquisas recentes parecem confirmar os dilemas da modernização da ação social de empresas no cenário brasileiro. Para Costa (2002), as empresas privadas distribuem seus investimentos sociais em três esferas diferenciadas.

No primeiro nível, os esforços estão voltados para o público interno da empresa, sendo característica deste tipo de investimento a melhoria das condições de trabalho, da estrutura salarial e de benefícios aos empregados, da alimentação fornecida, dentre outros fatores. No segundo patamar, a organização privada destina recursos e ações para o público localizado no entorno de suas atividades. A comunidade local passa a ser o alvo do investimento privado, sendo comum a construção e a manutenção pela empresa de áreas de esporte e lazer, escolas e outras instalações de provisão de serviços sociais, com restrições maiores ou menores quanto ao público beneficiário. No terceiro nível de ação social empresarial, recursos e ações são focalizados na luta por direitos sócio-ambientais, independentemente do público-alvo das conquistas estar ou não ligado diretamente à organização ou às comunidades nas quais opera. Nesse patamar de intervenção das empresas nos problemas sociais, as ações concentram-se em campanhas de conscientização e informação junto à população, grupos formadores de opinião e diferentes instâncias de decisão sobre políticas públicas na área ambiental.

Para Costa (2002), o padrão desejável de intervenção das empresas nos problemas sociais deve se dar no terceiro nível: a luta por direitos. Avanços mais efetivos na luta por direitos seriam alcançados, ao passo que retornos significativos seriam obtidos pelas empresas, na medida em que associariam sua imagem de maneira duradoura a campanhas de defesa de direitos, cujo alvo principal são públicos formadores de opinião.

O que se percebe são possibilidades de ganhos bem como armadilhas nos diferentes níveis de investimento social privado. Atuar na defesa de direitos sociais mais amplos pode reduzir a dependência das comunidades locais à intervenção das empresas, no entanto caminha-se para uma esfera de ação mais ideológica, no qual interesses, racionalidades e concepções entram em choque em torno da construção de consensos em torno de direitos. Ao mesmo tempo em que esse espaço de embate simbólico pode servir para aprofundar a cidadania e a articulação entre grupos com interesses diferenciados, pode também incorrer na captura por atores sociais mais organizados e dotados de maiores recursos no jogo político.

Outro aspecto complicador da atuação social de empresas é que muitas vezes o investimento social privado não se desenvolve tendo os níveis de ação de Costa (2002) como etapas evolutivas, ou seja, pode-se caminhar para intervenções no terceiro nível sem que ações consistentes aconteçam no primeiro e segundo níveis. Se com as transformações no mundo do trabalho ocorridas nas últimas décadas os trabalhadores viram várias de suas conquistas sociais retrocederem (ANTUNES, 1999), estratégias mais recentes de gestão têm se pautado pelo frequente recurso a demissões em massa e terceirizações (WOOD JR., 2002), que acentuam a debilidade das conquistas sociais na esfera das políticas organizacionais internas. Sendo assim, investimento social comunitário e em defesa de direitos social ampliados pode conviver com retrocessos nas condições de trabalho, na estrutura salarial, na participação dos trabalhadores nos processos decisórios das corporações, dentre outros aspectos das práticas gerenciais internas (TEODÓSIO, 2000).

Esse tipo de ação social pode gerar efeitos complicadores para as organizações privadas no futuro, resultando em maior pressão dos movimentos sociais sobre suas práticas trabalhistas (KLEIN, 2002). Permanece a dúvida quanto à efetividade dessas intervenções e sua capacidade de elaborar agendas desenvolvimentistas alternativas. Diante desse quadro, a construção da cidadania através da ação social das empresas pode operar de maneira cindida, elegendo parcelas da população como alvo de suas políticas e relegando a um segundo plano outros grupos sociais. O paradoxo é que a cidadania pode chegar a grupos historicamente excluídos do processo de construção dos direitos no país, como trabalhadores agrícolas, mulheres, indígenas, crianças, enquanto os grupos anteriormente “premiados” por essas conquistas, como os trabalhadores urbanos do setor industrial, vêem seus direitos serem gradativamente debilitados (TEODÓSIO e CARVALHO NETO, 2003).

Nesse cenário, não é de estranhar que públicos como populações indígenas, portadores de deficiência e dependentes químicos recebam tão pouca atenção dos projetos sociais de empresas no Brasil. Manifestam-se novamente os dilemas da provisão de políticas públicas através do setor empresarial, reforçando-se a necessidade de que o investimento social privado, quer seja realizado por ONGs ou empresas, seja visto como complementar e/ou não substituto da ação do Estado. Caso isso não ocorra, grupos menos organizados ou cujas demandas por direitos social não tenham visibilidade na mídia ou apelo junto a opinião pública correm o risco de serem preteridos na provisão de políticas sociais (TEODÓSIO e CARVALHO NETO, 2003).

Em busca de uma compreensão crítica da RSC

A oposição a qualquer tipo de envolvimento empresarial *sistemático* em questões sociais e ambientais já é bastante antiga. Afirma-se que existe um antagonismo irreconciliável, sob o ponto de vista econômico, entre, por um lado, mercados livres e autoregulados, no qual agentes maximizadores de suas próprias utilidades podem alocar recursos da maneira mais eficiente, e, por outro lado, o desvio de função implícito nas pretensões da RSE, acusadas de entrar em contradição com pressupostos básicos da teoria econômica neoclássica, tais como os direitos de propriedade, a separação entre o que é atribuição do Estado ou da iniciativa privada, e a dinâmica natural – "mão invisível" - do mercado (KREITLON, 2005).

A posição defendida por Milton Friedman é uma das que melhor ilustra o ponto de vista deste grupo. Segundo Friedman, qualquer desvio de tempo, esforços e recursos para áreas não diretamente relacionadas ao negócio em si fatalmente provoca uma queda nos lucros, e portanto nos dividendos, constituindo assim uma transferência indevida de riquezas – dos acionistas para outros grupos. A única alternativa à perda de lucratividade, diz ele, seria repassar ao público em geral os custos adicionais incorridos (externalização), o que tampouco atende aos interesses da sociedade.

As objeções dos críticos não são, porém, apenas de caráter econômico. O que também se argumenta é que qualquer decisão relativa a políticas sociais tomada por empresas é ilegítima e configura uma privatização da esfera pública (PAOLI, 2002). Ressalta-se, nesse sentido, a natureza *pública* das questões atinentes à RSC, e o fato de que as mesmas não devem ser tratadas em fóruns privados, mas transferidas para instâncias onde o efeito cumulativo das preferências individuais possa se manifestar (como o mercado), ou para instâncias de expressão coletiva do julgamento (como o processo político). Se as dinâmicas do livre-mercado geram desequilíbrios, é papel do Estado, e não das companhias privadas, corrigir seus defeitos. Além disso, os críticos questionam a *competência* e a *legitimidade* que teriam os gestores e empresários para efetuar escolhas e tomar decisões no campo das políticas sociais (JOSEPH e PARKINSON, 2002).

Os críticos duvidam, ainda, que haja de fato um amplo consenso social favorável à RSC, ou mesmo uma sólida parcela da opinião pública esperando que as companhias endossem o desenvolvimento sustentável e administrem seus negócios em estreito engajamento com uma multidão de partes interessadas. Julgam que, se algumas

empresas acabaram por aceitar os preceitos da RSC, talvez isso se deva mais à necessidade de "acomodar ONGs barulhentas" e grupos de ativistas anti-capitalistas e anti-globalização (WOLF, 2001); ou, o que é pior, talvez seja uma prova concreta da inclinação para o isomorfismo no ambiente corporativo (MEYER e ROWAN, 1992).

Além disso, a simples tentativa de aplicar os mesmos padrões de RSC internacionalmente pode ter conseqüências danosas, advertem os críticos, principalmente para os países em desenvolvimento, que perderão sua vantagem competitiva se lhes for exigido que adotem níveis de proteção ambiental ou trabalhista mais elevados do que os previstos pelas leis locais (JOSEPH e PARKINSON, 2002).

Por fim, um dilema adicional é apontado pelos críticos: para as firmas que adotam voluntariamente a RSC (sejam quais forem suas motivações), torna-se importante assegurar que suas concorrentes também o façam, de modo a garantir igualdade de condições e um mesmo patamar de competitividade entre os "jogadores". Isso pode incentivar as primeiras a pressionarem por formas mais rígidas, jurídicas, de regulação, elevando os custos de transação do cenário como um todo (WOLF, 2001).

As implicações dos argumentos expostos, segundo Joseph e Parkinson (2002), são claras: a) empresas racionais deveriam compreender que a causa da RSC é intrinsecamente nociva aos seus interesses e ao próprio funcionamento do mercado; b) podem haver circunstâncias quando o mais sensato, do ponto de vista da reputação, e portanto do negócio, seja atender minimamente às demandas relativas a questões sociais ou ambientais, sem contudo imaginar que, em colaboração com as ONGs, deva ser criado um novo tipo de capitalismo; c) o Estado não deve, portanto, adotar políticas de incentivo à RSC, nem facilitar a imposição de formas de regulação civil sobre as empresas.

O pressuposto fundamental entre os partidários deste grupo é que, num sistema onde se requer *legalmente* que os gestores considerem os interesses dos sócios e acionistas como possuindo precedência sobre quaisquer outros, não existe nenhuma possibilidade de que o comportamento empresarial venha - por iniciativa própria – a alterar-se o suficiente para responder aos atuais imperativos sociais e ambientais, assegurando assim a realização do interesse público. Sem um sistema de governança corporativa mais pluralista, sem que se repense radicalmente o papel e os objetivos das empresas na sociedade, e sem mecanismos de *accountability* mais eficazes, qualquer impulso rumo à RSC poderia estar fadado a ficar muito aquém do que requer o bem comum (KORTEN, 2002; PAOLI, 2002; SKLAIR, 2002).

Segundo a síntese da posição cética efetuada por Joseph e Parkinson (2002) qualquer ilusão de que a RSE possa desenvolver-se no âmbito de um sistema dominado, em última análise, por leis centradas quase que exclusivamente nos direitos e interesses dos acionistas está fadada, de antemão, a ver-se frustrada. Motivações comerciais não serão jamais capazes, por definição, de conduzir ao equilíbrio de resultados e de participação que pretende o pluralismo. Por outro lado, também é irrealista imaginar que se possa exercer controles efetivos através de instrumentos de regulação civil, apenas.

Enquanto assuntos relativos à RSC e à reputação institucional talvez possam ser relevantes para grandes companhias, de alta visibilidade, não decorre daí que o mesmo se aplique a todos os setores e níveis de atividade empresarial. As ONGs certamente não dispõem dos recursos, ou da disposição, para atuar como monitoras permanentes do desempenho social e ambiental de todo o setor privado. Os investidores institucionais, por sua vez, têm sido rotineiramente criticados por sua incapacidade de detectar sequer fraudes financeiras, para as quais já existem critérios institucionalizados e legais de controle e avaliação. Quanto aos consumidores, embora existam evidências de uma maior conscientização, preocupação e atuação em prol de um mercado global mais ético, nada indica que sejam de tal monta a superar o clássico problema inerente à ação coletiva: boicotar uma firma, por exemplo, só vale a pena se houver certeza de que outros também o farão, ao invés de "pegar carona" no sacrifício pessoal de quem boicota.

Considerações Finais

Como destaca Jones (1996), o discurso sobre a RSC, sejam quais forem as justificativas teóricas sob as quais se apresente - visto que na prática todas acabam por reforçar-se mutuamente, apesar das divergências de fundo - comporta uma forte dimensão ideológica, a qual possui conseqüências materiais importantes para todos os atores envolvidos, na medida em contribui para legitimar e manter a hegemonia do mercado sobre diversas questões de natureza pública e política.

A alternativa de provisão de serviços social através do capital privado carrega em si possibilidades e ameaças. Se por um lado a crítica ao papel social dos empreendimentos capitalistas aponta para a prevalência de interesses privados sobre os públicos como motivadores da ação social, por outro esse tipo de provisão pode resultar em maior controle social sobre as empresas e distribuição da apropriação de riquezas.

Ponto fundamental para tal discussão, que parece passar distante do discurso empresarial que atribui a si mesmo o papel de liderança da mudança social no Brasil, é a concepção da relação entre capital privado e sociedade civil como um jogo de interesses cruzados, ora convergentes, ora divergentes, tanto por fatores estruturais, quanto conjunturais. Do embate dessas forças na sociedade brasileira podem resultar tanto avanços da cidadania quanto sua captura por formas excludentes de exercício da consciência social.

Referências Bibliográficas

ANTUNES, R. *Os sentidos do trabalho*. São Paulo: Boitempo Editorial, 1999.

ASHLEY, P. A. Gestão Ecocêntrica e Consumo Responsável. Second World Congress of Business, Economics and Ethics. In: *Anais...* S. P.: CENE/ISBEE, jul. 2000.

ASHLEY, P. A.; COUTINHO, R.B. G.; TOMEI, P. A. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial. ENANPAD, 24. In: *Anais...* Florianópolis: ANPAD, 2000.

BARBERO, E. R.; BRITTO, R.P. Mapeando a selva de teorias: uma proposta de organização da evolução histórica e das abordagens sobre responsabilidade social coroporativa. Seminários de Administração, VII. *In: Anais...*, S.P: USP, Agosto, 2004.

BORGER, F. G.: *Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. Tese de Doutorado em Administração. FEA/USP, São Paulo, 2001.

CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

COSTA, A. C. G. *Lições de aprendiz.* Belo Horizonte: Modus Faciendi, 2002.

CRUZ, C. M.; ESTRAVIZ, M. *Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos.* São Paulo: Global, 2000.

JONES, M. T. Missing the forest for the trees: a critique of the corporate social responsibility discourse. *Business and Society*, vol. 35, p. 7-41, 1996.

_____. The institutional determinants of social responibility. *Journal of Business Ethcis*, v. 20, n. 2, p. 163-179, Jun 1999

JOSEPH, E., PARKINSON, J. Confronting the critics. *New Academy Review*, vol. 1, no. 1.Spring 2002.

KANG, Young-Chul. *Before-profit CSR, stakeholder capitalism and just enterprise system*. PhD Thesis, University of Pittsburgh, 1995

KANTER, Rosabeth Moss. From spare change to real change. *Harvard Business Review*, v. 77, n. 3, p. 122-132, May/Jun 1999.

KORTEN, D. *O mundo pós-corporativo*. Petrópolis: Vozes, 2002.

KLEIN, N. *Sem logo*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

KREITLON, M. P. A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade. ENANPAD, 28. *In: Anais...* Curitiba: ANPAD, 2004.

LOGSDON, J. M., PALMER, D. R. Issues management and ethics. Journal *of Business Ethics*, vol. 7, p. 191-198, 1988.

LOGSDON, J. M, YUTHAS K. Corporate social performance, stakeholder orientation and organizational moral development. *Journal of Business Ethics*, v. 16, n. 12/13, p. 1213-1226, Sep 1997

MICKLETHWAIT, J. & WOOLDRIDGE, A. *Os bruxos da administração: como se localizar na babel dos gurus empresariais.* Rio de Janeiro: Campus, 1998.

OLIVEIRA, B.A. C.; GOUVÊA, M.A.; GUAGLIARDI, J.A. A Influência da Responsabilidade Social nas Decisões de Compra de Produtos de Conveniência. ENANPAD, 28. *In: Anais...* Curitiba: ANPAD, 2004.

PAOLI, M. C. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, B. S. (Org.) *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa.* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SETHI, S. P. Dimensions of corporate Social performance: an analytical framework. In: *California Management Review*, Vol. 17, n.3, pp.58-64.

SKLAIR, L. *Globalization*: capitalism and its alternatives. Oxford: Oxford, 2002.

TEODÓSIO, A. S. S. Participação Popular na Gestão de Cidades. ENANPUR. In: *Anais...* R.J.: ANPUR, 28 de maio a 01 de outubro de 2001, pp.129-139.

TEODÓSIO, A. S. S.; CARVALHO NETO, A. M. Público ou privado? Projetos socioambientais de empresas. In: ENGEMA, 7. *In: Anais...* S.P.: ENGEMA, 2003.

VENTURA, E. C. F. Responsabilidade Social das Empresas sob a óptica do “Novo Espírito do Capitalismo”. ENANPAD. *In: Anais...* Atibaia: ANPAD, 2003.

WOLF, M. Sleepwalking with the enemy: corporate social responsibility distorts the m market by deflecting business from its primary role of profit generation. *Financial Times*, 16 May 2001.

WOOD JR., T. *Executivos neuróticos, empresas nervosas*. S. P.: Negócio Editora, 2002.

[a] **Sylmara Lopes Francelino Gonçalves**-Dias é Doutoranda em Administração, na linha de Estratégia de Marketing, na EAESP / FGV e em Ciência Ambiental no PROCAM- USP, mestre em Administração com ênfase em Marketing pela FEA-USP, especialista em Gerência de Recursos Informacionais pela UFMG e graduada em Administração pela PUC-Minas e em Pedagogia pelo IEMG. Professora de cursos de pós-graduação em Marketing e Gestão Ambiental e consultora, em especial para áreas de planejamento de marketing, informação e pesquisa de mercado e gestão de produtos e vendas. Interesses de pesquisa nas áreas de Marketing, Gestão Sócio-Ambiental, Consumo Responsável/Consciente e Desenvolvimento Sustentável. Contatos: sdias@gvmail.br.

[b] **Armindo dos Santos de Sousa Teodósio** é Doutorando em Administração de Empresas na EAESP / FGV, Mestre em Gestão de Cidades - Ciências Sociais pela PUC Minas E Economista pela UFMG; Professor da PUC Minas e Pesquisador do Núcleo de Estudo em Ética e Gestão Social do Mestrado em Administração da PUC Minas / Fundação Dom Cabral e do Grupo de Pesquisas Emancipação e Cidadania: Estado, organizações e políticas públicas da PUC RS. Interesses de pesquisa nas áreas de: Terceiro Setor, Voluntariado, Responsabilidade Sócio-Ambiental de Empresas, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. Outras publicações estão disponíveis em www.teodosio.xpg.com.br e/ou pelo e-mail teodosio@pobox.com .