

## ACÇÃO SOCIAL, MARKETING OU REPARAÇÃO? ALGUMAS REFLEXÕES ACERCA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.

*Priscila Riscado\**

### 1. Introdução

Um novo foco de debate sobre o papel ocupado pelas empresas vem ganhando espaço atualmente: a relação de centralidade que as mesmas desempenham atualmente dentro do sistema capitalista, a partir do desenvolvimento de ações socialmente responsáveis. Pretende-se aqui entender a categoria “responsabilidade social” em suas dimensões mais variadas. Isto parece muito importante, pois este entendimento nos possibilita compreender também algumas das lógicas presentes no desenvolvimento do fenómeno - desde o início até os dias de hoje - e também como estas lógicas se transformam com o passar do tempo. A questão que motiva o presente trabalho é: o que está contido no fenómeno da responsabilidade social corporativa? Será ele formado por responsabilidade – da empresa em relação à sociedade – ou este é apenas uma ação de marketing da empresa? Indaga-se ainda: será a responsabilidade social corporativa (RSC) um conjunto de ações reparadoras implementadas por parte da empresa, com o objetivo de minimizar impactos por ela causados junto ao meio ambiente e a sociedade?

### 2. Responsabilidade social: um pouco de história

O que é responsabilidade? Os significados são muitos. Vejamos alguns deles<sup>1</sup>:

1 Qualidade de responsável. 2 Dever jurídico de responder pelos próprios atos e os de outrem, sempre que estes atos violem os direitos de terceiros, protegidos por lei, e de reparar os danos causados. 3 O dever de dar conta de alguma coisa que se fez ou mandou fazer, por ordem pública ou particular. 4 Imposição legal ou moral de reparar ou satisfazer qualquer dano ou perda. R. bancária, Com: compromisso de vigilância, assumido pela casa bancária, para com o depositante. R. civil, Dir: a que resulta de dano, direto ou indireto, ao património de alguém, por dolo, fraude ou falha funcional, exigindo reparação. R. coletiva, Sociol: obrigação reconhecida socialmente, assumida por grupo que aceita as consequências de atos praticados por qualquer um de seus membros. R. criminal, Dir: a que decorre de deliberação consciente

---

<sup>1</sup> A definição aqui apresentada pertence a *Michaelis: Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. Editora Melhoramentos Ltda., 2009.

ou omissão, sem intenção dolosa, prevendo ou não as consequências lesivas. R. limitada: aquela que não excede o valor das ações ou títulos de uma sociedade anônima, que constituem todo o capital social. Chamar à responsabilidade: lembrar (a alguém) que é responsável por atos seus ou de outrem. Tornar efetiva a responsabilidade (a alguém): obrigar (alguém) a dar contas daquilo a que se obrigou ou que prometeu.

Embora vários, os significados apresentam um aspecto comum: a ideia obrigação, de ser responsável por alguém ou algo. E é esta a ideia que perpassa o trabalho de Paola Cappellin<sup>2</sup>. acerca do desenvolvimento da responsabilidade social corporativa no contexto atual. A autora debate a contribuição das transformações de referências coletivas, éticas, compartilhadas, nas relações contratuais tendo como referência a responsabilidade, em suas conexões teóricas e históricas. Inicialmente, Cappellin (2005) recupera o debate interno à economia política do século XIX sobre o valor do trabalho feminino para debater formulações acerca da ética e das suas conexões com a economia. Em seguida, através das reflexões oriundas na filosofia e no direito, o artigo apresenta contribuições contemporâneas acerca dos conceitos de reparação e de responsabilidade, Com relação às últimas referências, a autora tem por objetivo específico, ao abordá-las, enriquecer o atual debate sobre os significados atuais do lema da RSC.

Cappellin acredita que a ampliação do debate sobre o tema é de extrema relevância, sobretudo no Brasil, visto que aqui o fenômeno da responsabilidade social seria fundamentalmente uma formulação voluntária e discricionária, que vem sendo encaminhada em restritos ambientes empresariais. A ideia da autora é trazer a tona o confronto destes conceitos – reparação e responsabilidade – porque estes são referências importantes quando a adoção de uma postura socialmente responsável propõe por parte das empresas. No artigo em questão Cappellin utiliza como exemplo a busca por modelos e procedimentos para coordenar as adequações de comportamentos no cenário das relações contratuais - e de emprego em especial - no contexto atual das transformações do mercado competitivo. (CAPPELLIN, 2005).

O trabalho da autora busca destacar os parâmetros que compõem os conceitos de reparação e responsabilidade, visualizando os efeitos e as sequências que estes podem ter quando assumidos como modelos institucionais. O interesse no trabalho em questão é ampliar a reflexão sobre os sentidos destes conceitos, na

---

<sup>2</sup> Trata-se do artigo intitulado "A Modernização de Valores nas Relações Contratuais: a Ética de Reparação antecede o dever de Responsabilidade?", publicado na Revista *Antropolítica* em 2005.

medida em que estes informam ferramentas, regras e normas para corrigir os comportamentos contratuais. Cappellin com isso entra no que ela mesma denomina como “a arena da institucionalização da responsabilidade”. (CAPPELLIN, 2005). Esta arena se transforma ao longo da história e constrói caminhos distintos na significação da responsabilidade.

Cappellin (2005) inicia neste momento um resgate histórico do significado do conceito de responsabilidade. No Brasil esta seria uma noção que vem sendo usada, com diferentes conotações, desde a década de 1970, por diferentes redes de entidades empresariais. Hoje, é expressão do envolvimento empresarial pautado na sugestão de enriquecer o desenvolvimento produtivo e econômico com metas e preocupação voluntárias de cooperação com o seu entorno, seja este o território, outras instituições, a população, os potenciais consumidores etc – através, sobretudo, do desenvolvimento de programas e/ou ações de responsabilidade social corporativa. A própria autora confronta este resgate, observando o significado de responsabilidade em outros países. Através de pesquisas realizadas por estudiosos de diversas partes do mundo, Cappellin observa que em países de economia industrializada, a ideia de responsabilidade atuou como proposta para não isolar as empresas de mais amplas exigências coletivas, considerando que os investimentos e os comportamentos das empresas produzem consequências. (CAPPELLIN, 2005).

O resgate do significado de responsabilidade em outros países é outro aspecto que compõe o trabalho. Através de pesquisas realizadas por estudiosos de diversas partes do mundo, Cappellin observa que em países de economia industrializada, a ideia de responsabilidade atuou como proposta para não isolar as empresas de mais amplas exigências coletivas, considerando que os investimentos e os comportamentos das empresas produzem consequências. A qualidade de vida, as necessidades da sociedade, a preocupação de perpetuar um correto uso dos recursos naturais que estão ao seu alcance foram todas consideradas preocupações que incentivaram limitar as iniciativas do setor privado. Nos EUA, a responsabilidade se impôs à empresa com o fim de controlar política e socialmente seus poderes e para delimitar algumas fronteiras em sua fabulosa expansão econômica e política. Falar de responsabilidade nos Estados Unidos é referir-se às exigências que se sobrepunham à fragilidade da capacidade do Estado – local, regional e federal – de regular a autonomia das grandes empresas. A autora destaca que, no decorrer dos anos 1930, os grandes conglomerados transnacionais

dos EUA – as corporações – detinham sempre mais poderes, até mesmo interferindo na esfera política nacional. Hoje, as empresas preocupadas em estimular a lealdade de seus consumidores no mercado estabelecem relações contratuais que incluem critérios e procedimentos de indenizações, obrigações e seguros, entre outros.

Já no âmbito da União Europeia, o uso do conceito de responsabilidade circula nos ambientes empresariais com a intenção de fortalecer e ampliar as exigências sindicais dos trabalhadores e/ou reordenar a autonomia da gestão das empresas junto ao mercado de acionistas/investidores. Os lemas são maior transparência administrativa e financeira. Há também solicitações, a fim de que as empresas saibam atender exigências em pautas ambientais e causas sociais. É esta uma tentativa de acrescentar, entre as plataformas de êxito das organizações/empresas, a preocupação de alinhar-se a critérios de “boa reputação”. Segundo Cappellin isto demonstra que há estímulos para uma modernização de valores nas relações econômicas, na direção de conectar a renovação de valores aos comportamentos das empresas.

A estrutura do conceito de responsabilidade ordena também o contemporâneo debate das relações contratuais pela disciplina do direito e da filosofia. Tomando por base o trabalho do filósofo Olivier Abel, Cappellin ressalta que este novo encaminhamento do conceito ajuda a diferenciar as figuras da responsabilidade de quem se sente atingido em sua vulnerabilidade, assim como de quem deve dar conta dos efeitos de suas ações em âmbitos mais amplos. Esta perspectiva sugere que identifiquemos mais elementos para procurar entender se a nova adjetivação “a empresa responsável” segue na direção de assumir novos compromissos referenciais – obrigações, atribuições, expectativas morais – que possam alterar substancialmente a clássica perspectiva de maximizar lucros e, conseqüentemente, ampliar o respeito de exigências e deveres, estabelecidos pela coletividade.

Em suas conclusões, Cappellin observa que ocorreu um desenvolvimento do conceito de responsabilidade que tem por objetivo imputar neste uma importante referência ética. A ideia moral de imputar aponta para uma cadeia que começa com a capacidade de agir, compreendendo os efeitos de seus atos, e prossegue respondendo a eles. Isto é, a responsabilidade em suas raízes éticas inclui a necessidade do dever retribuir, de dar conta de obrigações, de identificar os

possíveis erros e, conseqüentemente, cumprir uma penalidade. Imputar, graças à identificação de erros e culpas, moraliza o conceito de responsabilidade. Solicitar reparação é, assim, recuperar a força das conseqüências, elemento moral de um modelo de ação que evidencia a preocupação de visualizar os efeitos jurídicos/legais destas (as ações) numa ampla arena de relações sociais, até delimitar as penalidades (aos danos e prejuízos). (CAPPELLIN, 2005).

Entretanto, há uma reformulação contemporânea da responsabilidade que chega a retirar a referência da penalização, devido à extensão ilimitada das conseqüências. Isto leva até a atenuá-las, substituindo a imagem de responsabilidade com culpa, pela imagem da vitimização fruto do cálculo da probabilidade de riscos. Nasce deste raciocínio então a nova imagem de responsabilidade sem culpa, que incentiva a inclusão de indenizações, ou ainda, de seguros contra riscos. Assim a primeira ideia moral de reparação é paulatinamente substituída pela ideia de indenização monetária.

Cappellin (2005) entende, portanto, que a ética de reparação social antecederia o dever de responsabilidade. O abandono deste primeiro conceito filosófico de responsabilidade comporta diluir, abandonar o referencial de imputação – com sua dupla conotação: de obrigação e de reparação. As recentes referências de responsabilidades voluntárias e, mais ainda, discricionárias, demonstram quanto está se tornando imperceptível à preocupação de buscar identificar e edificar na linguagem dos direitos a imputação das culpas. Para a autora, conseqüentemente, quanto mais se valoriza o caráter voluntário e discricionário da responsabilidade, tanto mais obscurecido fica, nas relações contratuais, o fato de que a ética de reparação deveria anteceder o dever de responsabilidade. Sem esta prévia reflexão, a prática rotineira será traduzir rapidamente o conteúdo da infração de danos e de prejuízos para as vítimas, em dimensões mercantis. A prática rotineira perderá a força moral de exigir, reorientar e impor que as relações contratuais sejam corrigidas, conforme as obrigações, isto é, conforme as orientações éticas compartilhadas. A partir de Cappellin (2005) podemos então analisar que a prática de ações socialmente responsáveis no âmbito das empresas pode ser uma forma de incrementar a perda da presença da ética nas ações em detrimento da reparação, no que tange as relações entre a sociedade e a própria empresa, em especial na tentativa de solucionar conflitos que surgem entre estes atores.

Esta conclusão nos parece valiosa quando observamos o fenômeno da responsabilidade social e seu desenvolvimento atual. A ideia que está presente na

adoção de uma postura socialmente responsável por parte da empresa é a de antecipação as demandas dos *stakeholders* (ou partes interessadas da empresa) de maneira geral.

Ainda no domínio da responsabilidade no âmbito do debate sobre responsabilidade social, apresentamos o trabalho de Hermano Roberto Thiry-Cherques<sup>3</sup>. A compreensão da responsabilidade social a partir de suas motivações e significados, ainda tendo como base analítica o domínio da responsabilidade, constitui-se como preocupação central no trabalho do referido autor. Com o propósito de indicar as formas, os objetivos e os entraves na responsabilização social das empresas levando em consideração as implicações sobre a identidade empresarial e os meios de verificação do compromisso ético, Thiry-Cherques busca indicar linhas de ação práticas para equalização dos problemas relativos à responsabilização moral das empresas. (THIRY-CHERQUES, 2003)

O autor chama a atenção para um aspecto que já é quase unanimidade entre os estudiosos do tema: o fato de a RSC apresentar-se como um fenômeno crescente, em que um número cada vez maior de empresas vem admitindo responsabilidades que transcendem as exigidas por leis e regulamentos<sup>4</sup>. O autor também atenta para o fato de que esta preocupação, sobretudo por parte dos empresários não é uma novidade. Todavia, dois fatores em especial teriam sido capazes de disparar o alarme da responsabilidade social: a degradação socioambiental e o conhecimento da sociedade atual. (THIRY-CHERQUES, 2003)

Os dirigentes e investidores, tal qual observa Thiry-Cherques (2003), teriam finalmente entendido que, em um mundo interligado, coeso e globalizado, não se pode “despejar os problemas no quintal do vizinho”. De uma forma ou de outra, ele devolve estes problemas. As empresas estariam agora sendo chamadas à responsabilidade porque, havendo-se equivocado sistematicamente sobre o futuro da economia e da sociedade, veem-se na contingência de reavaliar o peso dos

---

<sup>3</sup> O trabalho em questão é o artigo “Responsabilidade Moral e Identidade Empresarial”. da RAC, publicado em 2003.

<sup>4</sup> Muitos são os trabalhos que seguem esta linha de interpretação acerca do fenômeno da responsabilidade social e estes são produzidos sob a ótica de diversas disciplinas, além das ciências sociais, tais como economia, administração, entre outras. Trabalhos como o de MELO NETO e FROES (1999) e ASHLEY (2001), entre outros, já são considerados clássicos sobre o tema no Brasil. Por questões relativas a limitação do espaço, no presente trabalho contemplamos com maior detalhe outros estudos, considerados tão relevantes quantos os citados, tais como os trabalhos de CAPPELLIN (2005) e THIRY-CHERQUES (2003), já apresentados, além de CHEIBUB E LOCKE (2002) e VOGEL (2006), que serão analisados a seguir.

efeitos das suas atividades e corrigir a sua conduta. A busca de uma nova identidade para as empresas, identidade que seja capaz de integrar a responsabilidade social à área estratégica, logística, operacional, financeira e comercial da empresa parece ser na compreensão do autor, uma das possibilidades para se enfrentar esse desafio contemporâneo. A identidade seria aqui mais do que a diferenciação da empresa em relação às demais organizações. Ela seria o que permanece quando as estruturas, os processos e as pessoas mudam em uma empresa.

A partir de um debate bastante influenciado pela ética e filosofia, o autor apresenta inicialmente o significado de responsabilidade social. Esta compreenderia o dever de pessoas, grupos e instituições em relação à sociedade como um todo, ou seja, em relação a todas as pessoas, grupos e instituições. A responsabilidade seria o aspecto diferencial que nos faz sujeitos e objetos da ética, do direito, das ideologias e, até mesmo, da fé. É o que nos torna passíveis de sanção, de castigo, reprovação e culpa.

Para que possamos ter em mente de forma objetiva de que responsabilidade está se tratando no referido trabalho, Thiry-Cherques propõe uma tipologia das responsabilidades, chamando a atenção para as diferenças entre as mesmas. A responsabilidade pode ser: legal, institucional (político-administrativa), religiosa e moral. Elas possuem a mesma raiz semântica em seu significado, oriundo do latim – *spondere*, que quer dizer promessa. Logo, *re-spondere* socialmente é cumprir com o compromisso mútuo entre o agente e a sociedade, é cumprir com a obrigação mútua. Mas as obrigações das diversas responsabilidades são diferentes, seja pelo conteúdo que encerram, seja pelas instâncias de responsabilização.

A responsabilidade legal é aquela que diz que as empresas devem obedecer às leis, embora possam contestá-las e recusar as incongruências que, muitas vezes, encerram. A institucional, que têm a responsabilidade administrativa de obedecer a padrões reconhecidos nas relações que mantém com os outros atores sociais e os demais agentes econômicos, padrões que podem ser negociados, pactuados e re-pactuados. A responsabilidade religiosa é, ou deveria ser, uma questão adstrita a cada membro da organização. Já com a responsabilidade moral é diferente. A responsabilidade moral não é coercitiva, não é negociável e não é evidente. A responsabilidade moral seria a única que não admite o equívoco e a evasão.

Outras duas distinções importantes: a primeira diz respeito ao significado de responsabilidades privadas e responsabilidades sociais. A segunda aborda a separação da responsabilidade social moral da ética como um todo. A ética, segundo o autor, transcende em muito a responsabilidade. A ciência da ética opera sobre dois eixos. Um, teórico, busca determinar os fundamentos da moral. Abarca o conhecimento que possa oferecer um princípio ou princípios norteadores do agir moral. Já a responsabilidade, que é um saber prático, se refere à aplicação desses fundamentos. Indica como devemos agir de forma a não ferir os princípios fundamentados pela ética. No conceito de responsabilidade social está contida, portanto, apenas uma das dimensões da ética, que é a do compromisso moral de responder sobre atos e intenções.

A responsabilidade moral social seria então o segmento das obrigações éticas, restrito pela interseção das esferas que o separam, no âmbito do direito, das instituições e da religião; em outro, da responsabilidade privada. Ser moralmente responsável é cuidar para que o *output* da empresa não repercuta negativamente sobre os seres humanos, incluindo as pessoas que ali trabalham. Isso compreende cada ser humano e a humanidade como um todo.

Um ponto de convergência nos chama a atenção entre o trabalho de Cappellin (2005) e o de Thiry-Cherque (2003): na tentativa de compreender de forma mais profunda o fenômeno da responsabilidade social das empresas, ambos irão à busca do significado e dos limites da responsabilidade. Enquanto Cappellin observa as transformações pela qual o conceito de responsabilidade passa ao longo do tempo, Thiry-Cherque chama a atenção para os limites que a mesma apresenta, sob a ótica da empresa. Seriam cobradas das empresas, a título de responsabilidade, ações como melhoramentos físicos, financiamento de projetos de interesse social e até mesmo caridade, ações filantrópicas em geral. Isso não teria nada que ver com responsabilidade. A responsabilidade moral das empresas esgota-se na prevenção dos males que possam causar e na reparação daqueles que vieram a causar, sem ter a intenção de fazê-lo.

Contemporaneamente, quando se trata de responsabilidade social, aspectos relativos à transparência das empresas, ou ao chamado *accountability* estão sempre relacionados ao fenômeno, ocupando posição de destaque no entendimento e significado que este adquiriu atualmente. Entretanto, Thiry-Cherque chama a atenção para a distinção da responsabilidade e da sujeição à prestação de contas. Isso se deve ao fato de que, embora ambas compartilhem a implicação de pena, a

sujeição à prestação de contas é essencialmente externa à pessoa ou à empresa, isto é, depende da instância à qual se deve prestar contas, enquanto a responsabilidade está referida essencialmente ao objeto do dever, à obrigação moral.

O debate ganha contornos mais críticos o autor defende a ideia de que apenas as pessoas nas empresas, seus dirigentes e empregados têm responsabilidade moral, pois as empresas não são agentes morais. Só os seres humanos o são. As instituições, as organizações, o Estado, os sistemas econômicos e políticos são resultantes das lutas por poder, do confronto de interesses econômicos, do processo evolutivo das sociedades. Portanto, não têm consciência, não são e não podem ser atores morais. A responsabilidade moral das pessoas nas empresas seria então a mesma de todos os indivíduos: preservar para os seres humanos a integridade da sua essência e do seu mundo contra os abusos do seu próprio poder e do poder alheio. Por essa razão, ao contrário do muito que se tem escrito e dito no âmbito da RSC, não há base lógica que dê sustentação à ideia de uma “ética corporativa”.

As responsabilidades sociais especificamente morais das pessoas nas empresas abarcam ampla gama de categorias. Sob o ponto de vista da ética, a responsabilidade social das empresas compreende o conjunto de deveres morais que as empresas, na pessoa dos que as dirigem, têm para com a sociedade. Esses deveres são de caráter preventivo, por exemplo, quando a empresa se esforça por não deteriorar o meio ambiente, e de caráter reparador, quando, por exemplo, a empresa restaura o meio ambiente depois de um vazamento de afluente.

Além do meio ambiente, a responsabilidade social se daria também sobre tudo aquilo que possa afetar a integridade do ser humano, no âmbito da empresa. As pessoas nas organizações seriam também moralmente responsáveis por uma gama variada de ofensas potenciais, que incluiriam todos os atos que possam causar dano aos seres humanos. Os acionistas, dirigentes e empregados têm a obrigação moral de não permitir que a empresa venha a poluir, a infectar, a desvalorizar, a perturbar etc. Têm a obrigação moral de obedecer a padrões éticos, institucionais, sócio-psicológicos, e assim por diante.

Tomando o debate oriundo da Filosofia Política como referencia – a partir de Sócrates, Aristóteles e Kant - o autor conjuga os conceitos de ética e razão. Thiry-Cherque considera que o compromisso ético é construção da razão, construção que considera o egoísmo como parte da natureza humana. A ética demonstra, por diversas vias, que a conduta moralmente legítima é do nosso interesse, do interesse das pessoas dotadas de razão. Quando a ética trata de chamar à razão as pessoas que dirigem ou apoiam as empresas que produzem bens e serviços nocivos, ela o faz mediante argumentos racionais, ou seja, não emocionais. Isso se dá porque a responsabilidade social seria, logicamente, antecedida e conformada pela responsabilidade privada, a responsabilidade que temos conosco mesmos.

Após longo debate, Thiry-Cherque conclui que o caminho a ser percorrido para a responsabilização moral ainda é longo. Distinguir, no imenso campo da responsabilidade social, aquilo que é atinente à ética, separando-a, por exemplo, do que é concernente à convicção política, ajudaria a hierarquizar as orientações estratégicas. O mesmo vale para a distinção entre responsabilização moral, regulação legal e *accountability*. Para benefício mútuo, as três esferas devem-se complementar sem se confundir. Circunscrever a responsabilidade ao que, tecnicamente, lhe corresponde – os danos e as ofensas potenciais ou efetivos – permitiria focar as ações no que é essencial, eliminando desperdícios de tempo e de gastos. A integração da responsabilidade ética ao planejamento e à governança das organizações, para além de ser exigência societária cada vez mais presente, traria os benefícios decorrentes da transparência administrativa e do gerenciamento de encargo compartilhado, alavancando o aprendizado e o aperfeiçoamento de métodos e processos nas empresas. (THIRY-CHERQUES, 2003)

O trabalho de Thiry-Cherques (2003) traz para a reflexão outros aspectos relacionados ao conceito de responsabilidade, que compõe o fenômeno da RSC. Diferente da proposta que integra o trabalho de Cappellin, Thiry-Cherques busca entender a responsabilidade da empresa confrontando não só a ética, a moral e reparação - no que diz respeito à responsabilidade das empresas aos danos causados a sociedade em geral – mas também a construção da identidade da empresa. Somente a partir do equilíbrio desta equação torna-se possível alcançar o sucesso na adoção de uma postura socialmente responsável. A partir da construção de uma identidade, a empresa será capaz de determinar quais práticas são aceitáveis. O sucesso deste modelo se dá através da determinação e codificação

destas práticas empresariais em uma ação conjunta, que envolva a sociedade e as empresas.

### 3. Responsabilidade Social, Empresa e Sociedade: novas redes entre os atores?

Depois de um breve debate sobre o significado da responsabilidade, sob a ótica da categoria "responsabilidade social", fica a pergunta: mas o que significa então responsabilidade social? Para Zairo Cheibub e Richard Locke<sup>5</sup>, em artigo pioneiro sobre a análise do tema no Brasil, responsabilidade social implica em ações que vão além da "letra da lei" e que não resultam de um embate político com sindicatos ou organizações de trabalhadores. É, na verdade, apenas e necessariamente um conjunto de ações que vão além do que é requerido por lei, obrigação ou por necessidade. Contudo, a responsabilidade social empresarial é entendida pelos autores como auto-interesse, já que não há bons argumentos morais que justifiquem a participação das empresas, dos empresários e dos executivos destas em projetos ou programas de responsabilidade social, privilegiando estes a quaisquer outros atores sociais. A responsabilidade social deve ser do interesse econômico das empresas. Se for do seu interesse, elas devem assumir mais posições sociais<sup>6</sup>.

Os autores classificam a responsabilidade social em quatro modelos básicos, baseados nas diferentes formas pelas quais as empresas podem se inserir de forma socialmente responsável em seu meio social. Na visão dos autores, esses modelos têm por base duas dimensões: a primeira seriam os grupos ou atores beneficiários da gestão da empresa; a segunda se refere aos motivos das ações sociais empresariais. A primeira dimensão pode ser entendida com um contínuo que vai do modelo dos acionistas ou donos (*stockholders*) ao modelo das partes interessadas (*stakeholders*). Na segunda dimensão figuram os motivos das ações empresariais. De um lado, têm-se as motivações de ordem moral, valorativa, ações com objetivo mais amplo que os ligados aos interesses da empresa. Do outro lado, tomam lugar as ações instrumentais, que tem por finalidade atender aos interesses imediatos das empresas. Os quatros modelos de responsabilidade social identificados pelos autores e citados aqui são: Produtivismo, Idealismo Ético, Filantropia e Progressista.

---

<sup>5</sup> Trata-se de artigo intitulado "Valores ou Interesses? Reflexões Sobre a Responsabilidade Social das Empresas", publicado em 2002.

<sup>6</sup> As relações produzidas entre empresa e sociedade a partir da implementação de uma postura socialmente responsável se constitui como objeto de análise de outros estudos produzidos no âmbito da ciência política no Brasil, tais como os trabalhos de Eduardo Gomes e Priscila Riscado. Os trabalhos de Ana Kirschner trazem nova luz ao tema a partir de uma análise sociológica acerca do mesmo.

O modelo denominado Produtivismo é baseado no interesse da própria empresa, de seus acionistas (*stockholders*) definindo os potenciais beneficiários da ação social. As ações só se realizam se houver benefícios para a empresa. O modelo chamado Filantropia caracteriza-se por uma gestão empresarial para os acionistas, onde as ações sociais se realizam por conta de uma motivação moral. Estas ações não necessariamente trazem benefícios para a empresa. Já o modelo do Idealismo Ético caracteriza-se por uma gestão empresarial centrada nos benefícios para o público mais amplo (*stakeholders*) também apresenta uma motivação moral para as ações extra-empresa. Por último, o modelo Progressista que se caracteriza por uma gestão empresarial para o público mais amplo, possui uma instrumental para as ações sociais e as ações só se realizam se converterem-se em benefícios claros para a empresa.

Todos os modelos são considerados como formas de responsabilidade social das empresas. A discussão que resta com relação a eles é quanto a sua desejabilidade, viabilidade e eficácia. Ainda segundo os autores, há na literatura sobre a questão, especialmente na brasileira, uma tendência de se privilegiar a filantropia e o idealismo ético. Assim, o discurso do movimento pela responsabilidade social das empresas assume um caráter eminentemente normativo. Os autores apontam que em qualquer um dos modelos adotados a empresa adquire poder adicional sobre a sociedade, quando é de alguma forma socialmente responsável.

Os autores destacam ainda que consideram analiticamente supérfluo e, talvez até mesmo prejudicial para o debate indagar sobre os motivos que levam as empresas a assumirem determinadas responsabilidades sociais. Dizer se os determinantes da responsabilidade social são interesses ou valores (fazendo referência ao título do artigo) é na opinião de Cheibub e Locke uma questão política e moralmente irrelevante, além de mal formulada, pois para eles as empresas podem e/ou devem ter responsabilidades sociais apenas se for de seu interesse, do interesse de seu negócio e trazer benefícios para sua atividade, sua posição de mercado etc. (CHEIBUB e LOCKE, 2002).

A análise de David de Vogel<sup>7</sup> sobre o fenômeno da responsabilidade social traz a tona, tal qual artigo de Cheibub e Locke, as dimensões que compõe a

---

<sup>7</sup> Trata-se do livro *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*, publicado em 2006.

Responsabilidade Social Corporativa. Ademais, como no estudo brasileiro, 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. (VOGEL, 2006)

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.

O diferencial analítico de Vogel, tal qual o apresentado por Cheibub e Locke em artigo apresentado no presente trabalho, 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<sup>8</sup>. A investigação feita por Vogel a partir de aspectos tais como o desempenho financeiro dos fundos de investimento social das empresas aponta que estes não são melhores do que outras modalidades de fundos de investimentos. O autor também compara dois grupos de empresas que obtiveram bom desempenho financeiro: um grupo é formado por empresas com forte reputação na atuação socialmente responsável e outro com fraca reputação nesta área. Não se verificou nestas análises diferenças entre os ganhos destas empresas. A principal ideia do autor é que ainda que se tenha evidência de que a responsabilidade social possa gerar maior rentabilidade para a empresa, isso não significa que necessariamente renda, na realidade, para todas ou até mesmo para a maioria destas.

---

<sup>8</sup> Além de Vogel, atualmente outros estudos entendem também a responsabilidade social como um fenômeno complexo, sobretudo em análises produzidas sob a ótica das ciências sociais. Autores como Lester Salamon, Kenneth M. Amaeshi e Bongo Adi desenvolveram estudos que nos ajudam a compreender melhor o debate acerca do tema.

Ademais, Vogel aponta uma necessidade para o sucesso da responsabilidade social, no que diz respeito à potencialidade transformadora do fenômeno: para que a responsabilidade social corporativa 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.

#### 4. Considerações finais

A responsabilidade social corporativa já nos parece um tema antigo, tal espaço e quantidade de notícias em geral vinculadas ao tema. No entanto, é ainda hoje um tema novo, se pensarmos que se trata de um fenômeno que ganhou espaço continuado e crescente no debate acerca das empresas nos últimos 20 anos. Tomando por base as reflexões feitas neste trabalho, podemos apontar alguns aspectos acerca das novas relações que se estabelecem entre empresa e sociedade a partir do desenvolvimento da responsabilidade social corporativa. O trabalho de Paola Cappellin representa uma valiosa contribuição ao debate acerca da responsabilidade social, sobretudo quando observamos o fenômeno e seu desenvolvimento atual. A ideia que se encontraria presente na adoção de uma postura socialmente responsável por parte da empresa é a de antecipação às demandas dos *stakeholders* de maneira geral.

Se o trabalho de Cappellin analisa o fenômeno da responsabilidade social corporativa a partir dos conceitos de reparação e responsabilidade, tomando as mudanças destes conceitos ao longo da história na tentativa de melhor compreender o fenômeno e suas origens, o de Thiry-Cherques traz a luz do debate aspectos da responsabilidade a partir da responsabilização social das empresas. Ainda que por caminhos distintos, as análises mostram-se convergentes no que diz respeito à ideia de responsabilidade estar hoje, muito mais próxima ao significado da reparação e do marketing, no que tange as ações de responsabilidade social nas empresas.

No contexto capitalista contemporâneo, a responsabilidade das empresas – não apenas a social, mas também econômica – parece cada vez mais solicitada

pelos demais atores, sobretudo pelo Estado e pela sociedade, que, de certa forma, passam a cobrar um maior envolvimento da empresa nas demandas sociais em geral. A responsabilidade da responsabilidade social corporativa – analisada por Capellin e Thiry-Cherques<sup>9</sup> nos parece exigir que a empresa vá além da implementação de ações sociais mais pontuais. Em última instância, a responsabilidade social ganha contornos éticos e morais que buscam se antecipar as demandas sociais que questionam o papel da empresa e a forma como a empresa realiza sua produção de matérias e bens de consumo na conjuntura atual, aprofundando assim as responsabilidades impostas às corporações.

A partir do debate implementado nos trabalhos de Cheibub e Locke e Vogel pode-se entender que o fenômeno da responsabilidade social pode ser uma nova forma de interação entre atores sociais, tais como o Estado e a Sociedade. Todavia, estas ações podem ter como objetivo a conquista de novas formas de legitimidade das empresas junto a estes atores, que são também seus principais *stakeholders*. Essa busca por legitimidade se apresenta como fundamental para a sobrevivência da empresa em tempos de mudanças no sistema capitalista, mudanças aprofundadas com as crises vivenciadas pelo mesmo, que “obriga” sua renovação de forma cíclica e cada vez mais ágil, exigindo por sua vez das empresas respostas á altura para os novos dilemas postos na sociedade contemporânea.

O debate trazido pelo presente artigo parece sinalizar para uma multiplicidade de significados das ações de responsabilidade social implementadas pelas empresas. Ademais, esta multiplicidade faz com que a postura socialmente responsável seja capaz de produzir inúmeros efeitos, tanto para a própria empresa quanto para a sociedade em geral. Todavia, estes efeitos provocados pela responsabilidade social não nos parece representar, necessariamente, ganhos para todas as partes envolvidas na ação.

---

9 Op. Cit.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMAESHI, Kenneth M. and ADI, Bongo. Reconstructing the corporate social responsibility: construct in Utlish. *International Centre for Corporate Social Responsibility*. United Kingdom: Nottingham University Business School, 2006.

ASHLEY, Patricia, org. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2001.

CAPPELLIN, Paola. A Modernização de Valores nas Relações Contratuais: a Ética de Reparação antecede o dever de Responsabilidade? *Revista Antropolítica*, n.18, p. 35-56, 1ºsem/2005.

CHEIBUB, Z. e LOCKE, R. Valores ou Interesses? Reflexões Sobre a Responsabilidade Social das Empresas, In KIRSCHNER, A. M.; GOMES, E. R. e

CAPPELLIN, P. (orgs.). *Empresa, Empresários e Globalização*. Rio de Janeiro: Relume Dumará/FAPERJ, 2002. p. 279-291.

GOMES, Eduardo R. e KIRSCHNER, Ana Maria. Business Regulation and Non-State Actors: Whose Standards? Social and Sustainability Reporting in Brazil. In: MUKHERJEE, Amanya; REED, Darryl and UTTING, Peter. (Org.). *Business Regulation and Non-State Actors: Whose Standards? Whose Development?* 1ª ed. Oxford: Routledge, 2012.

KIRSCHNER, Ana Maria. La responsabilidad social de la empresa. *Revista Nueva Sociedad*, n. 202, Marzo /Abril 2006.

MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. *Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Qualimark, 1999.

MICHAELIS. *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: editora Melhoramentos Ltda., 2009.

RISCADO, Priscila E. A Responsabilidade Social do Pequeno e Médio empresário: um estudo exploratório. In: GROS, Denise; DELGADO, Ignacio G.; CAPPELLIN,

Paola; DULCI, Otávio (Orgs.). *Empresas e Grupos Empresariais: atores sociais em transformação*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2005.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Responsabilidade Moral e Identidade Empresarial. *Revista de Administração Contemporânea*, Edição Especial, p. 31-50, 2003.

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

SALAMON, Lester M. *Rethinking Corporate Social Engagement – Lessons from Latin America*. Sterling, VA, Kumarian Press, 2010.

RESUMO: Um novo foco de debate sobre o papel ocupado pelas empresas vem ganhando espaço atualmente: a relação de centralidade que as mesmas desempenham atualmente dentro do sistema capitalista, a partir do desenvolvimento de ações socialmente responsáveis. Pretende-se aqui entender a categoria "responsabilidade social" em suas dimensões mais variadas. Isto parece muito importante, pois este entendimento nos possibilita compreender também as lógicas presentes no desenvolvimento do fenômeno - desde o início até os dias de hoje - e também como estas lógicas se transformam com o passar do tempo. A questão que motiva o presente trabalho é: o que está contido no fenômeno da responsabilidade social corporativa? Será ele formado por responsabilidade – da empresa em relação à sociedade – ou este é apenas uma ação de marketing da empresa? Indaga-se ainda: será a responsabilidade social um conjunto de ações reparadoras implementadas por parte da empresa, com o objetivo de minimizar impactos por ela causados junto ao meio ambiente e a sociedade?

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Sociedade, Reparação, Marketing.

ABSTRACT: A new focus for debate about the role developed by the companies is becoming more important today: the centrality of relationship that they currently play inside the capitalist system, from the development of social responsibility actions. This study tries to understand the category "social responsibility "in different dimensions. Analyzing this category in various dimensions seems very important for this understanding allows us to also understand the logic present in

the development of the phenomenon - from the beginning until nowadays- and how these logics are transformed over time. The question that motivates this work is: what is contained in the phenomenon of corporate social responsibility? Is it made up the responsibility - of the company in relation to society - or is it just a marketing action for the company? It also asks: Is CSR a set of remedial actions implemented by the company with the objective of minimizing impacts caused by them with the environment and society?

Keywords: Social Responsibility, society, Repair, Marketing

\* Priscila Riscado é doutora em Ciência Política pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal Fluminense (PGCP/UFF). Professora do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal Fluminense, Polo Campos dos Goytacazes (COC/UFF).

E-mail: [priscilariscado@gmail.com](mailto:priscilariscado@gmail.com)