

Um balanço da responsabilidade social no Brasil

Helena Bomeny¹

A idéia de responsabilidade social vem sempre associada a uma mudança na forma das empresas se comportarem. Algo “a mais” em suas próprias rotinas. Como combinar esse conceito com o sentimento real, procedente e crescente no meio empresarial da excessiva carga tributária que pesa sobre suas próprias organizações? Minha intenção com este texto é sugerir uma resposta ao que parece um beco sem saída.

Em primeiro lugar, responsabilidade social não implica necessariamente gasto extra, mas racionalização de investimento. Em segundo, pode representar o maior potencial de benefícios que as empresas possam ter em seus negócios.

Hoje, no Brasil, quem se interessa por este tema terá no Instituto Ethos referência obrigatória. É ilustrativa a menção a um Instituto criado para promover e difundir uma idéia junto à classe empresarial e incentivar pedagogicamente um tipo de mentalidade e comportamento empresariais em que esse processo seja compreendido como construção. Responsabilidade social não corresponde às atividades convencionais, espontâneas ou naturais do setor empresarial, propriamente dito. Trata-se de um tipo de atitude, traduzida em ação, que se distingue da lógica empresarial orientada estritamente pela ânsia de lucro imediato. A idéia consiste na incorporação da dimensão ético-social nas ações empresariais e nas atividades organizacionais. Implica um movimento civilizador

¹ Helena Bomeny é socióloga, professora titular de sociologia da UERJ, pesquisadora do CPDOC/Fundação Getúlio Vargas e coordenadora do PREAL no Brasil.

de controle da voracidade pelo lucro em nome de um projeto racional de adequação de ganho com convivência social. Portanto, não estou sugerindo dissociar lucro de alcance social.

Já é lugar corrente na literatura o reconhecimento de que, no Brasil, a década de 1990 se constituiu em um marco no crescimento e no adensamento de investimentos na área da responsabilidade social com a mobilização do setor privado em ações de caráter público. O que teria acontecido para que seguimentos da sociedade civil se movimentassem na direção de ações de caráter público? Trata-se de uma novidade ou, ao contrário, de um movimento mais antigo que, apenas no final do século XX, encontra ressonância no Brasil?

Entre nós, isto que é uma novidade, foi provocado por dois processos simultâneos: as discussões que se desenvolveram em decorrência da redemocratização do país, que resultaram na Constituição de 1988 – A Constituição Cidadã - e a abertura do país à competição internacional. A fusão desses dois processos, um de natureza essencialmente político-social e outro, compreendido na órbita da economia, foi o combustível necessário a que se desse corpo a uma idéia que, progressivamente, ganha espaço no conjunto das mais importantes empresas do país e do exterior. A dissociação entre economia e benefícios sociais não foi exclusividade brasileira. A literatura nos mostra quão longa é esta tradição.

Em texto que escreveu sobre responsabilidade social da empresa, Heloisa Werneck Mendes Guimarães recuperou o sentido histórico da incorporação da dimensão social nas atividades de forte teor exclusivamente econômico. O retrospecto que a autora faz não é lisonjeiro:

As estatísticas apresentadas sobre os primeiros resultados da Revolução Industrial na Inglaterra mostravam que a produção de algodão, ferro, carvão etc. havia crescido 1.000%, tendo o lucro dos proprietários alcançado alturas espetaculares. Mas as

*estatísticas não revelam nada sobre o bem-estar da comunidade e o padrão de vida dos trabalhadores. Na verdade, a prosperidade do comércio e indústria se fez acompanhar não do melhoramento da situação das classes trabalhadoras, mas de sua degradação. Havia denúncias de que um milhão de pessoas estaria morrendo de fome e de que esta cifra estaria em constante ascensão.*²

A perversidade do sistema capitalista consistiu em priorizar os aspectos estritamente econômicos, na justificativa de que empreendimentos econômicos acarretariam automaticamente benefícios sociais. A miséria dos trabalhadores se atribuía a uma “lei natural” e não aos lucros excessivos de uns poucos em detrimento da maioria desafortunada. Pelo lado do mercado, ganhou notoriedade a doutrina segundo a qual a busca de bens privados levaria paulatinamente ao bem coletivo.

O conceito de responsabilidade social nos obriga a um movimento reflexivo em direção distinta. Atribui ao agente do mercado, ao agente da produção, a responsabilidade pelos efeitos sociais de suas ações. Consiste, portanto, na fusão das idéias de economia e sociedade. O conceito se vincula à idéia de que as empresas, como os indivíduos, devem ser responsabilizadas por todas as conseqüências decorrentes de atitudes tomadas. Por isso, antes de adotar qualquer política seria fundamental uma análise profunda dos elementos envolvidos. O modelo de responsabilidade social deveria resultar de uma preocupação em se aliar o desenvolvimento econômico ao desenvolvimento da qualidade de vida da sociedade.

Associar o lucro à idéia de responsabilidade social é um desafio que está longe de ser consensual como proposta ou adesão por parte de economistas, empresários e demais atores da esfera produtiva. Esta a razão pela qual ressaltei os aspectos não espontâneos, construídos, desse tipo de mentalidade. E por ela

² Heloisa Werneck Mendes Guimarães, “Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática”. *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro, 24 (4), 1984, p.214.

também me referi ao termo civilização. O que não está dado. O que precisa passar pelo crivo da reflexão e da reorientação de conduta.

É ainda incipiente no Brasil a convicção dos empresários sobre os ganhos mútuos com esse novo padrão de relacionamento com a atividade produtiva. Ganha a empresa; ganha a sociedade. E como os homens e mulheres de negócio trabalham com dados objetivos, um bom exercício de convencimento pode ser a divulgação dos ganhos efetivos que obtiveram as empresas que se reorientaram a partir dessa perspectiva participativa. O encarte do jornal O Globo intitulado *Razão Social* é boa fonte para comprovação do que está dito acima. Estão ali exemplos de empresas bem sucedidas que vêm se beneficiando em produtividade e lucro com as propostas que estão levando à frente sob o emblema da responsabilidade social. O fato das empresas que já operam com esse padrão terem sido constrangidas a isso por razões de mercado – boicote dos consumidores, busca de reconhecimento social, aceitação no mercado ou marketing – não invalida possíveis ganhos sociais de ambos os lados: do lado das empresas e do lado dos grupos sociais em seu entorno, como insistem alguns críticos mais agressivos. Nestas poucas linhas, ousaria concluir sugerindo que, no limite, responsabilidade social corresponde ao cumprimento das obrigações e dos objetivos de uma atividade empresarial. Vale conferir. Há mercado e há produção a serem conquistados com esta política empresarial.