



**SIGNIFICADOS, INTERPRETAÇÕES E EXPECTATIVAS SOBRE A
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: Uma Análise
Crítica do Discurso**

***MEANINGS, INTERPRETATIONS AND EXPECTATIONS ON
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A Critical Discourse Analysis***

SILVA, Klaus Pereira da¹
ARAÚJO, Gabriel Aguiar de²
PEREIRA, Rafael Deolindo³
CUNHA JUNIOR, Odair de Souza⁴

Resumo: A partir do paradigma malthusiano, surge a perspectiva de que as empresas precisam assumir um papel mais amplo e responsável perante a sociedade. Assim, o estudo da responsabilidade social corporativa emerge como uma temática bastante recorrente no âmbito organizacional nas últimas décadas. O objetivo desse trabalho foi analisar as atitudes de empresários/executivos, políticos/representantes do poder público e representantes de organizações não governamentais (ONGs) no Rio de Janeiro sobre Responsabilidade Social Corporativa e explorar significados, interpretações e expectativas quanto às suas práticas. Com uma base teórica predominante de Responsabilidade Social em contraposição a outra menos ingênua, este artigo engaja-se na construção de uma análise que conclui pela necessidade de limites da ação organizacional e existência de uma pluriversalidade do conhecimento sobre desenvolvimento e administração/gestão.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Corporativa; Discurso; Organizações; Mercado; Desenvolvimento.

Abstract: From the Malthusian paradigm, arises the perspective that companies need to assume a broader and more responsible role in society. Thus, in recent decades, the study of corporate social responsibility emerges as a recurring theme in the organizational context. The objective of this study was to analyze the attitudes of businessmen / executives, politicians / representatives of the public power and representatives of nongovernmental organizations (NGOs) in Rio de Janeiro on Corporate Social Responsibility and to explore meanings, interpretations and expectations regarding their practices. With a predominant theoretical basis of Social Responsibility as opposed to a less naive one, this article engages in the construction of an analysis that concludes by the necessity of limits of the organizational action and existence of a pluriversity of the knowledge about development and administration / management.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Discourse; Organizations; Market; Development.

1

Mestre em Administração – Universidade Castelo Branco – klausps.br@gmail.com

2 Doutor em Administração – Universidade do Grande Rio (Unigranrio) – gabriel_aguiar@hotmail.com

3 Mestre em Administração – Universidade do Grande Rio (Unigranrio) – rafael_deolindo@hotmail.com

4 Mestre em Administração – Universidade do Grande Rio (Unigranrio) – fiorinicunha@uol.com.br

*Artigo apresentado no XXXIX EnAnpad, em 2015, na cidade de Belo Horizonte.

1. INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos e a retomada do paradigma malthusiano, surge a perspectiva de que as empresas precisam assumir um papel mais amplo e responsável perante a sociedade. Isso significa que elas são responsáveis não somente pela produção de lucro e riqueza, mas também por ocupar lacunas existentes nos mais diversos campos da vida, para além do aspecto econômico. Isso ocorre, dentre outras possibilidades, por meio do desenvolvimento da Responsabilidade Social Corporativa (RSC). A RSC é um tema que ganha relevância para organizações, sociedades e Estados em todo o mundo, sendo parte de discussões sobre desenvolvimento sob uma perspectiva econômica e social. A Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organizações das Nações Unidas (ONU) agem para que organizações adotem princípios que atendam interesses econômicos e sociais, por meio de condutas que respeitem o meio ambiente, as condições de trabalho e os direitos humanos (TENÓRIO, 2006, p.31). Por meio do Global Compact fazem convergir ações que fortalecem os objetivos de desenvolvimento da ONU, “incluindo as metas de desenvolvimento do milênio” (UN Global Compact, 2015).

Tais ações de incentivo dos agentes OMC e ONU podem ser consideradas parte de um projeto de desenvolvimento em que participam conjuntamente organizações empresariais transacionais (Banerjee, 2003), que por sua atuação global decorrem efeitos em escalas regional e local (Vainer, 2006), também notada por meio dos processos discursivos de múltiplos agentes. Em função desse cenário, a RSC vem se tornando tema cada vez mais suscetível a discussão do ponto de vista acadêmico e da prática empresarial (BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007).

O estudo da responsabilidade social corporativa surge como uma temática bastante recorrente no âmbito organizacional nas últimas décadas, com impactos no comportamento das organizações bem como nos objetivos e estratégias empresariais, tendo em vista o aumento da complexidade e da competitividade nos ambientes de negócios (SOARES, 2004; BERTONCELLO; CHANG JÚNIOR, 2007; ASHLEY ET AL., 2002).

Na ótica de Carroll (1979) a RSC pode ser considerada como a expansão do papel da empresa para além de seus propósitos econômicos e legais frente à sociedade. Para Soares (2004), a RSC é um movimento caracterizado por questões éticas das organizações no seu modo de negócio e nos seus relacionamentos com o público externo (consumidores, clientes, fornecedores, governos e acionistas).

Nesse cenário diversos autores têm buscado definir conceitos e modelos de aplicação prática da RSC e ao longo do tempo esses construtos vêm sendo reavaliados e remodelados

pelos autores e pesquisadores da área em busca de um modelo mais abrangente, para o qual ainda não existe um consenso, mas sim vertentes teóricas mais fortes e consolidadas (FREIRE, 2008).

Segundo Irigaray, Vergara e Santos (2013), o novo entendimento sobre RSC representa um avanço conceitual, porém a prática de RSC também tornou-se uma fraude retórica, uma vez que a discussão acerca desse tema permanece muito focada apenas nas organizações e os demais atores sociais são tratados como elementos coadjuvantes nessa temática. Ampliando a visão sobre as motivações da adoção de RSC por organizações no Brasil, segundo Sauerbronn (2011), esta é influenciada por um viés colonialista norte-americano a partir da tomada da teoria do stakeholder como parte informante do constructo de RSC.

Partindo desses pressupostos, o objetivo desse trabalho é explorar as atitudes, os significados, interpretações e expectativas quanto às práticas de RSC, por meio da análise do discurso textualmente orientado (FAIRCLOUGH, 2008) de empresários/executivos, políticos/representantes do poder público e representantes de organizações não governamentais (ONGs) no Rio de Janeiro, considerando sobretudo as dimensões prática discursiva e prática social abordadas por Fairclough (2008).

Este trabalho se diferencia dos demais publicados no campo das ciências sociais aplicadas a partir do momento em que se buscou, com base em definições sobre RSC já publicadas na literatura, definir categorias a priori que serviram como elemento propulsor para a emergência de significados, interpretações e expectativas dos sujeitos, permitindo a comparação entre os discursos dos mesmos, buscando conexões entre o referencial apurado e as ideias expostas por esses atores, bem como tendências que até então não haviam sido detectadas.

Para alcançar o objetivo desse estudo o mesmo foi estruturado em cinco seções. Além desta introdução, a segunda seção contém o referencial teórico que servirá de base para as análises. Na terceira seção ocorre a apresentação dos procedimentos práticos de pesquisa utilizados e na quarta analisamos os discursos com base em Fairclough (2008) e a luz dos conceitos de RSC apresentados. Finalizando, a quinta seção traz as considerações finais que apontam para a possibilidade de futuras investigações.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

2.1. Base Teórica Predominante

As discussões sobre a Responsabilidade Social Corporativa (ou Empresarial) são recentes, controversas e estão constantemente em atualização, haja vista que envolvem desde

a geração de lucros, por parte dos empresários, em uma visão mais micro, até a prática de ações sociais no plano de negócios das organizações, em uma visão mais macro do contexto de negócios (TENÓRIO, 2006).

Embora ainda haja muita discussão em torno do conceito de RSC a definição amplamente aceita foi proposta por Carroll (1979) ao afirmar que a RSC pode ser considerada como a expansão do papel da empresa para além de seus propósitos econômicos e legais frente à sociedade.

Ashley et al. (2002) ampliam a visão desse conceito ao dizer que a RSC corresponde ao compromisso social de uma organização, expresso através de suas atitudes que impactam positivamente, um contexto social amplo ou restrito, de maneira proativa e coerente com o seu papel específico na sociedade a quem deve prestar contas de seus atos.

Para Moretti e Figueiredo (2007) existem duas linhas nas quais é possível classificar a discussão sobre RSC no âmbito nacional, a primeira tradicional que defende que a função social da empresa já está implícita na consecução de seus próprios objetivos, que por sua vez já trazem benefícios para a sociedade; e uma segunda linha mais abrangente que prevê que as empresas precisam se envolver socialmente por razões mais variadas de cunho estratégico, ético e sistêmico.

Registros mais recentes apontam um amadurecimento, uma transformação desse conceito, de uma visão focada na caridade e no altruísmo empresarial ou na figura de seus líderes, para uma associação entre RSC e estratégia empresarial na busca por diferenciais competitivos (SERPA; FOURNEAU, 2007). Paradoxalmente, anteriormente, na prática da RSC prevalecia a lógica na qual a empresa devia satisfações apenas a um grupo restrito composto por acionistas e/ou proprietários, uma vez que seu único objetivo era a maximização de lucros. Atualmente, parece haver um entendimento de que essa prestação de contas deve satisfazer a um grupo mais abrangente composto Stakeholders que interagem com a empresa como empregados, sindicatos, fornecedores, consumidores e a sociedade como um todo (IRIGARAY, VERGARA e santos, 2013).

Fortemente vinculada com as ações das empresas do ponto de vista político, financeiro, econômico e socioambiental, a RSC contempla novos stakeholders além dos proprietários, gestores e credores, o que gera pressão de atores sobre as empresas, como empregados, clientes, sociedade em geral, ONGs e governos (CRISÓSTOMO; FREIRE; SOARES, 2012).

Segundo Serpa e Fourneau (2007), no cenário brasileiro, aumentou-se o interesse das empresas em assumir uma postura de responsabilidade social corporativa estratégica, mas a

visão dos demais atores sociais permanece estreita ao acreditar que a RSC seja, na verdade, um instrumento para a solução de problemas básicos, relativos à saúde e educação.

Tais preocupações de algumas formas são abordadas no trabalho de Carroll (1979) sobre a temática de RSC. Nele o autor apresentou um modelo conceitual de três dimensões composto por quatro classificações de responsabilidade social: a econômica, a legal, a ética e a discricionária. Nesse modelo o autor afirmava que a dimensão econômica da RSC dava conta de todas as atividades fundamentais para o processo produtivo comum da empresa na busca de maximização de lucros e prosperidade do negócio. A dimensão legal, dizia respeito às regras que a empresa precisa seguir perante a sociedade no desempenho da função econômica, a dimensão ética seria a consciência social da empresa, que a faria ir além daquilo que estava previsto nos aspectos legais, direcionando as demais dimensões. Por fim, a dimensão discricionária contemplaria as ações filantrópicas de cunho pessoal que ultrapassariam os limites das demais dimensões.

Carroll fez uma recopilação de suas ideias iniciais na Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa (CARROLL, 1991), dado que seu modelo primário possuía um viés bastante internalizado do ponto de vista organizacional, não contemplando o papel dos atores externos (FREIRE; SOUZA, 2010).

Nessa atualização as dimensões de RSC, econômica, legal, ética e discricionária, foram validadas, em construtos mais sólidos, dessa vez para uma realidade que traduzia também a relação da empresa com a sociedade.

Marcando mais uma contribuição conceitual, Schwartz e Carroll (2003), trazem um modelo onde a interseção das dimensões de RSC (Econômica, Legal e Ética) leva ao surgimento de quatro tipos de RSC: econômico-ética, econômico-legal, legal-ética e econômico-legal-ética.

Segundo (FREIRE; SOUZA, 2010), esses autores entenderam que a junção da categoria filantrópica com as responsabilidades econômica e ética poderia ocorrer, pois a filantropia não necessariamente pode ser considerada como dever ou responsabilidade por estudiosos sobre o assunto, além disso, pode se considerar uma tarefa complexa distinguir ações filantrópicas de ações éticas, bem como o fato de ações filantrópicas poderem estar atreladas a interesses econômicos.

Nesse aspecto a linha de RSC considerada puramente econômica é aquela cujas ações geram um retorno econômico relacionado com a maximização dos lucros e criação de valor para acionistas. Na categoria puramente ética enquadram-se as ações que não seriam de cunho legal e econômico realizadas pela empresa baseadas em princípios e convicções morais, ou

que buscam promover o bem das pessoas, as atividades filantrópicas não vinculadas a interesses econômicos (SCHWARTZ; CARROLL, 2003). Já a dimensão puramente legal seria formada pelas ações que estão relacionadas apenas ao cumprimento de obrigações legais (FREIRE; SOUZA, 2010).

Considerando a interseção da RSC econômico-ética, temos as ações empresariais que influenciam a maneira como a empresa é vista pelo mercado onde está inserida e os impactos de sua conduta nos negócios. Freire e Souza (2010) exemplificam essa categoria com o ato de realizar ações de caridade para efeito de mídia envolvendo razões éticas e econômicas.

A junção econômico-legal seria representada por ações preventivas do ponto de vista legal que visam respeitar à lei e cumprir obrigações sociais, evitando-se assim passivos e não utilizando de artifícios ilegais frente aos demais concorrentes para conseguir diferenciais competitivos (SCHWARTZ; CARROLL, 2003).

Na categoria de RSC legal-ético entram as ações empresariais que não se concretizam por dois motivos simultâneos: a falta de viabilidade econômica ou sua formatação ética (FREIRE; SOUZA, 2010).

Para Schwartz e Carroll (2003) o formato mais completo de RSC seria o composto pela interseção entre as responsabilidades econômica, legal e ética. Seria este o cenário ideal de atuação para as empresas que operariam de forma lucrativa, dentro de padrões socialmente aceitos e dentro da lei.

2.2. Abordagens Emergentes

Contudo, apesar dos avanços nas articulações das variáveis do conceito de RSC na direção de um ideal, outras vezes dão conta de uma abordagem mais crítica e menos ingênua sobre a parte corporativa da responsabilidade social. Conforme Soares (2004), as organizações se propõem a trabalhar por menor injustiça social e ambiental, sendo que, este discurso esconde o verdadeiro interesse das organizações, expressa por Soares como “lobos na pele de cordeiro”. Soares classifica este discurso em três tipos, sendo (a) o explicitado, que possui o discurso de atender a todos os stakeholders aparentando estar em simetria com os anseios da sociedade, mas, esconde o seu real interesse; (2) o pronunciado reservadamente, que estimula o trabalho voluntariado dos empregados como forma de marketing, seus objetivos são de utilizar a RSC para aumentar as vendas e lançar novos produtos e (3) o não dito, que expressa as contradições entre os discursos e os interesses intrínsecos transformando os objetivos da empresa como sendo uma necessidade do coletivo.

Vasconcelos et al. (2012) analisaram as motivações para a adoção de práticas de RSC por organizações empresariais e verificaram uma necessidade de auto afirmação no mercado

por meio de uma ética que privilegia a perspectiva das partes interessadas. Os autores ainda ponderam sobre zonas cinzentas nos limites de atuação entre os agentes, o que faz das organizações agentes econômicos e também políticos. Desta maneira as empresas agiriam de forma responsável por interesses econômicos não aparentes e assumiriam um papel mais amplo na solução de demandas sociais.

A assunção de papéis socialmente amplos por parte de organizações empresariais carrega consigo um risco social inerente, dada a capacidade instrumental do mercado que poderia ampliar o seu poder e governo sobre a sociedade, impondo as empresas como “provedoras do bem-comum”. Por risco de ampliação do “poderio do mercado, do paradigma econômico na vida humana associada” considera-se a possibilidade de delimitação da ação de responsabilidade social (SCHROEDER e SCHROEDER, 2004, p. 6).

As intenções ocultas do discurso sobre a responsabilidade social corporativa, no qual a motivação é a maximização da utilidade resultante em aumento do poder econômico também é discutido por Banerjee (2008) e que reforça a argumentação de Soares (2004) e Schroeder e Schroeder (2004). Banerjee (2008) argumenta que os discursos de RSC são parte de um movimento ideológico que visa fortalecer o poder das organizações. Segundo o autor os interesses privados são prevalentes em detrimento dos interesses públicos e que o papel das corporações guarda uma ambigüidade ainda não resolvida. A função social e a econômica, que tem imposto um passivo socio-ambiental em um contexto que o Estado corrobora a visão de mercado e articula as legislações que viabilizam o projeto de organizações empresariais. Neste caso, a legitimidade produzida discursivamente por critérios de eficiência econômica, subordina as políticas públicas (BANERJEE, 2008).

O uso instrumental dos conceitos de responsabilidade social corporativa por parte de organizações fica evidente no trabalho de Banerjee (2008) e segundo o autor, empresas como fabricantes de cigarros, armas ou poluidores ambientais podem ser problematicamente consideradas socialmente responsáveis pelo fato de adotarem algumas práticas processuais, quando também podem ser consideradas cidadãs más, o que coloca em dúvida o conceito de RSC praticado atualmente. Outro exemplo icônico é da empresa Enron (gigante do setor energético dos EUA) que protagonizou um caso de dissonância teórico-prática de RSC em 2002, quando comunicava respeito, integridade e excelência mas golpeou o mercado causando grandes prejuízos para stakeholders e mantendo preservados os recursos dos seus diretores (BANERJEE, 2008). Para o autor, pode haver espaço para uma ordem universal que crie obrigações para as empresas em termos de finalidade da sua ação, que privilegie o social, ao invés de apenas voluntarismo, pois as limitações do modelo de RSC são fruto do

racionalismo econômico (BANERJEE, 2008).

De acordo com Sauerbronn (2011) o modelo de responsabilidade social praticado no Brasil está influenciado por um viés colonialista norte-americano a partir da tomada da teoria do stakeholder como parte informante de um constructo de RSC. A autora defende a possibilidade de um desenvolvimento de pesquisas “fundamentadas e na conversação entre diferentes perspectivas ontológicas e epistemológicas como forma de compreensão da agência dos participantes das estratégias de RSE” (SAUERBRONN, 2011 p. 94), o que indica que há a necessidade de multidisciplinaridade para o tratamento do tema. Pode-se a partir de Sauerbronn (2011), considerar-se que a adoção de uma perspectiva do stakeholder para solucionar problemas produzidos por uma cadeia de danos (POLONSKY; CARLSON E FRY, 2003) não garante o pleno atendimento e satisfação dos afetados, geralmente membros ou grupos da sociedade, dado que, em geral, os causadores dos danos são organizações, com poder de agência, que agem privilegiando os seus próprios interesses.

A necessidade de multidisciplinaridade é reforçada, quando se observa a RSC em regiões do Brasil em 500 organizações brasileiras. Concluíram que ações ambientais são recorrentes na região norte; ações orientadas por aspectos sociais são frequentes na região sul e ações relacionadas à responsabilidade dos produtos além de aspectos sociais concentram-se nas regiões sudeste, centro-oeste e nordeste. Tais distinções podem ser explicadas sob a ótica do desenvolvimento, que considere diferentes vocações e estágios nas distintas regiões do país (GALEGO-ALVARES et AL. 2014).

Informados por perspectivas hegemônica e contra-hegemônica expressas no discurso, parte-se para detalhar os procedimentos de pesquisa.

3. PROCEDIMENTOS PRÁTICOS DE PESQUISA

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativa e utilizou o método análise de discurso textualmente orientado (FAIRCLOUGH, 2008, p.61) observando especialmente as dimensões “prática discursiva” e “prática social” de entrevistas longas a fim de explorar e apreender o sentido da fala sobre RSC dos dezesseis respondentes, participantes do contexto social como representantes de ONGs, empresários/executivos e políticos/representantes do poder público.

As distinções institucionais entre organizações sem fins lucrativos, empresas e poder público aproximam-se ou afastam-se da literatura estudada, a medida que são capturados os sentidos dos discursos dos sujeitos. Segundo Fairclough (2008, p.89) o discurso é linguisticamente orientado e une-se com um pensamento social e político, pertinente para pesquisa social.

Além do sentido do discurso, esta pesquisa considera a maneira como a linguagem manifesta os discursos que refletem as relações sociais e a ação institucional, servindo também, os discursos, como construtores e formuladores de tais instituições (FAIRCLOUGH, 2008, p.22).

De acordo com Fairclough (2008, p.89) o discurso possui dimensões, sendo a primeira o texto, a segunda a prática discursiva e a terceira a prática social. Para o autor, a dimensão “texto” atém-se à análise linguística, e pode ser organizada em (a) vocabulário, (b) gramática, (c) coesão e (d) estrutura textual. A dimensão da “prática discursiva” conta certamente com itens de análise textual de aspectos formais do texto como “a força dos enunciados, ou seja, os tipos de atos de fala (promessas, pedidos, ameaças, etc) a coerência dos textos e a intertextualidade”, mas sobretudo com processos de produção, distribuição e consumo textual que são variáveis conforme o contexto e considera fatores sociais. Desta forma, os discursos são resultantes de um complexo processo construído coletivamente por membros concentrados em diferentes estágios de produção e que terão leitores que os consumirão em contextos sociais diversos (e.g. um artigo de jornal para um determinado público). A dimensão da “prática social” posiciona o discurso em relação à ideologia e ao poder como hegemonia. Nesta dimensão o autor considera três asserções sobre ideologia em que, a primeira refere-se ao discurso como forma material das práticas ideológicas institucionais, ou seja, a ideologia tem materialidade nas práticas institucionais e os discursos são formas materiais de ideologia. A segunda asserção é que a ideologia constitui sujeitos e finalmente a terceira asserção é de que as instituições são “locais e marcos delimitadores de uma luta de classes que apontam para a luta no discurso” (FAIRCLOUGH, 2008, p.103-117).

Ainda sobre as ideologias existentes no discurso, Fairclough (2008, p. 117) entende que elas são significações da realidade, que inclui relações sociais e identidades, construídas em várias dimensões das práticas discursivas que produzem, reproduzem e transformam as relações de dominação. Para o autor “As ideologias embutidas nas práticas discursivas são muito eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem o status de “senso comum” (FAIRCLOUGH, 2008, p.117).

Ao mesmo tempo que o autor apresenta esta propriedade estática do discurso, também chama a atenção para a “transformação” como luta ideológica da prática discursiva capaz de remoldar as relações de poder. O hegemônico do poder segundo Fairclough (2008) é:

Liderança tanto quanto dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade...é o poder sobre a sociedade como um todo...é a construção de alianças e a integração muito mais de que simplesmente a dominação de classes subalternas, mediante concessões ou

meios ideológicos para ganhar seu consentimento (FAIRCLOUGH, 2008, p.122).

Consubstanciada por uma tradição de análise crítica do discurso, esta pesquisa utilizou-se de procedimentos estabelecidos por Vergara (2012) e McCracken (1988), desta forma o percurso se deu em nove etapas expostas a seguir.

A primeira foi a definição do tema. Na segunda etapa, a literatura sobre RSC foi revista e selecionada conforme orientação teórica capaz de ampliar as possibilidades de análise. Na terceira etapa, os pesquisadores optaram por realizar uma categorização a priori com base na literatura selecionada, afim de poder mais facilmente analisar aproximações ou afastamentos do corpo de dados (os discursos) da referida literatura. Na quarta etapa, foram realizadas dezesseis entrevistas longas, por ser reveladora da experiência da vida do respondente e por proporcionar um corpo de dados poderoso para fins descritivos (McCRAKEN, 1988). A seleção dos entrevistados se deu de forma aleatória, contudo optou-se por selecionar aleatoriamente indivíduos pertencentes a três grupos de atores sociais dada a natureza do tema, sendo (a) cinco representantes de ONGs, (b) dois representantes do poder público e (c) nove empresários/executivos. Segundo McCracken (1988) o contraste entre os respondentes é uma regra de seleção, assim como a análise em profundidade de poucos, sendo mais importante do que a análise superficial de muitos. As entrevistas foram gravadas com o consentimento dos respondentes, resultando em setecentos e cinquenta e três minutos de áudio que foram na quinta etapa, transcritos integralmente e distribuídas as transcrições entre os quatro pesquisadores convenientemente para leitura e posterior análise. Na sexta etapa os pesquisadores realizaram uma análise do corpo de dados segundo a categorização feita a priori. Neste procedimento oitenta e quatro categorias emergiram e auxiliaram no confronto entre os discursos e a literatura selecionada na segunda etapa. A sétima etapa da pesquisa foi dedicada à identificação de pontos-chaves do discurso, como a projeção do emissor, as referências utilizadas, o emprego da linguagem, as dimensões enfatizadas e elementos utilizados para a comunicação e argumentação. Na oitava etapa de pesquisa, os pesquisadores detiveram-se à identificação de padrões ou variabilidades entre os discursos dos respondentes, considerando as suas pertenças institucionais. Finalmente na nona e última etapa, resgatando o objetivo de fazer uma análise crítica dos discursos dos informantes, o corpo de dados foi analisado a luz da literatura de RSC, observando sobretudo a dimensão “prática social” (FAIRCLOUGH, 2008), que conforme exposto anteriormente inclui a ideologia e o poder como hegemonia.

O processo de análise dos dados coletados ocorreu em conjunto, em oito reuniões,

num crescente processo de construção por meio do confronto entre os achados do campo e a literatura revisitada, com vistas ao objetivo do estudo. São apresentados no corpo do artigo alguns trechos de entrevistas com o nome do entrevistado alterado para manter preservado o sigilo, a fim de expor de maneira fiel as palavras dos respondentes, quando isso contribuir para o objetivo do trabalho, entretanto opta-se por deixar subjacentes aos argumentos as categorias de análise.

4. ANÁLISE DOS DISCURSOS

A presente seção foi dividida em três subseções que visam as análises deste estudo. A primeira diz respeito à consciência e expectativa dos respondentes sobre a RSC. A segunda se refere ao papel e responsabilidades de cada um dos atores sociais quanto as práticas de RSC. Na terceira seção são abordadas as implicações da RSC para as empresas.

4.1 Consciência e Expectativa sobre a Responsabilidade Social Corporativa

Das entrevistas realizadas, os respondentes demonstram, significativamente, que o entendimento sobre responsabilidade social corporativa, embora superficial, se refere de alguma forma a temas relacionados ao mercado, às organizações empresariais e às questões econômicas como o provimento de lucro. Além disso, apresentaram algumas articulações sobre a importância da função gerencial sobre os resultados de uma ação socialmente responsável e a necessidade de educação para a responsabilidade social.

Nota-se que a articulação sobre educação é ideológica quando abordada a consciência sobre RSC. A associação entre educação e RSC aproxima-se dos principais modelos desenvolvidos em estudos anteriores (FREIRE, 2008), sobretudo no tocante a ética condutora das ações individuais, em grupos e nas organizações, que operam estrategicamente por meio de instituições, portanto com fins específicos em favor de um domínio social pelo mercado. A citação da respondente Maria Clara abaixo evidencia a preocupação com um processo de formação para a RSC:

“Ah eu acho que tudo começa na educação, né? Educação em casa, na escola. Hoje os meus filhos têm a oportunidade de estudar em uma escola que é muito orientada pra esses assuntos [a RSC]. Então, eles têm uma formação, que se um toma um banho e começa a demorar, o outro chama a atenção por estar gastando água, entendeu? *Global warming!* Então assim, existe uma cultura e uma formação que precisa ser cedo, né?” (MARIA CLARA).

A menção de duas instituições como a família e a escola sendo formadoras de uma consciência sobre RSC revela uma prática discursiva informada por agentes da mídia de

massa (TV, Rádio e notícias na internet) sobre aquecimento global, demonstrando uma operação conjunta entre família e escola, com consentimento mútuo, para a produção e consumo de um discurso conveniente de RSC no contexto do processo formativo educacional.

Esta prática discursiva que por um aspecto natural promete um mundo melhor, por uma perspectiva econômica materializa-se constituindo sujeitos/indivíduos/cidadãos-profissionais com vistas à um certo desempenho profissional, que por fim resulta em lucro, independente do seu passivo social.

A Educação é a base fundamental para a RSC, na visão do respondente João Pedro por se tratar do meio pelo qual o profissional poderá atender melhor o seu cliente. Neste ponto, o desempenho dos papéis profissionais estão vinculados à escolaridade e à educação corporativa. Neste contexto cabe à empresa suprir a falta do governo nas questões emergentes do trabalhador e que estão relacionadas à melhor qualidade de vida, expõe João Pedro.

Ainda tomando a RSC como um objetivo a ser alcançado por meio da educação, e relacionada com temas emergentes, como assunção de “uma postura socialmente responsável em relação às injustiças sociais e a degradação da natureza” (SOARES, 2004, p.2), o discurso de RSC se materializa ideologicamente na economia do uso de recursos e na prática do descarte de resíduos, que, revela um utilitarismo gerencial, pois faz parte da excelência em gestão controlada e auditada por meio de normas e políticas organizacionais, além de metas de desempenho. O respondente Manuel deixa claro como isso ocorre em sua organização.

“...existe uma equipe que controla essa reunião, convida os líderes de cada área e fala do problema. – Olha temos esse desperdício de água, esse desperdício de energia e como podemos em grupo melhorar? Aí cada um dá uma opinião e conta seu recado mediante a necessidade” (MANUEL).

Tendo em conta que práticas institucionais são materialidades ideológicas (Fairclough, 2008), o controle exercido por uma equipe sobre a reunião exposta pelo respondente Manuel, evidencia a ação de domínio por meio das relações de poder dos sujeitos da organização, que operarão uma transformação da consciência social em benefício econômico próprio, dada a finalidade lucrativa da empresa. Tal operação se dá, ainda que a construção textual carregue termos como “convida os líderes”, “podemos em grupo melhorar” ou “cada um dá a sua opinião”, que fora de contexto poderia conotar uso de democracia, justiça, agência do subalterno no processo adjacente, mas revela-se ideológica para o controle social.

No contexto social, as ações de RSC, a partir de uma consciência de inclusão e co-criação, são realizadas em conjunto por atores sociais, ou seja, uma organização pode capitanear a ação pontual de RSC e abarcar outros atores como clientes, fornecedores,

associações, ou seja, pode ganhar o microambiente da organização. A materialidade desta participação em ambiente externo é representada pela fala do respondente João Pedro.

“A gente vê algumas empresas aí em alguns segmentos onde ela vai explorar um determinado tipo de matéria prima e ela cria toda uma estrutura de uma cidade, escola, enfim urbaniza algumas regiões e promove um progresso, uma melhora naquela região” (JOÃO PEDRO).

Neste cenário, a organização demonstra uma responsabilidade social que podemos aproximar da RSC econômica e ética de Carroll (1991), sem considerar algum tipo de degradação natural própria da atividade extrativista, que alimenta o sistema de mercado.

João Pedro, empresário, desvela uma prática discursiva que põe a frente uma ética para um progresso. O sentido de progresso, a considerar a fala sobre urbanização de uma região, conota um constructo com informação dupla. A primeira da conta da formação de uma consciência sobre a ética capitalista que considera progresso como sinônimo de infra-estrutura urbana e sortimento de produtos. A segunda resume uma expectativa de exploração e lucro. Ao mesmo tempo oculta o caráter estratégico da organização exposta por Sauerbronn (2011) e as consequências sociais e culturais próprias da urbanização. A prática social deste discurso reforça e normaliza a noção enganosa de troca justa com a sociedade, em que é subtraída a natureza e devolvido um modelo social que funciona para privilegiar um projeto de desenvolvimento que se mostra hegemônico, mas cria problemas sociais

Os empresários entrevistados demonstram uma consciência sobre RSC com fortes vinculações à geração de negócios e perpetuação da atividade das empresas, portanto com uma calculabilidade expressa no discurso que objetiva conjugar a aparência de um bom relacionamento com a sociedade e o lucro, modelando por meio da construção discursiva e do discurso as relações de poder entre agentes dominadores e dominados, para fins de criar um senso comum de aceitação e até desejo por um modelo extrativista sem limites.

Já os políticos respondentes se mostraram mais contundentes no seu discurso e com um senso organizador de uma realidade econômica ligada à RSC. Expressam-se igualmente orientados para os negócios como revela o entrevistado Maurílio:

“as ONGs ambientalistas, com o medo do pessoal afetado pela barragem, barraram as hidrelétricas com reservatório [com referência a usina de Belo Monte], passou a ser um fio d’água, com isso a eficiência das empresas caem para 40% de produção de energia, aí o que acontece, vem uma seca dessa aí, você tem que produzir energia elétrica então você usa gás, diesel e carvão, 100 vezes mais poluente do que a energia hidráulica né...” (MAURÍLIO)

“...chamar as pessoas residentes nas áreas a serem alagadas para atender totalmente as suas reivindicações, no caso está sendo deslocadas do seu habitat natural, só pode sair dali para condições muito melhores e por isso não fica caro, é um grupo pequeno né, chegar ao cara...é preciso você sair daí para atender por fins estratégicos, que quê você quer pra sair? E dá o que

o cara pedir, se o cara pedir absurdo...” (MAURÍLIO)

Neste ponto fica evidente como o discurso é construído sobre uma realidade complexa com a participação de muitos agentes, neste caso discorrendo sobre aspectos da construção da usina de Belo Monte. Sob uma ótica utilitarista, as vozes de instituições como o Estado, o Governo e as organizações empresariais invadem a fala de Maurílio, político atuante no poder legislativo, reverberando um discurso que promove um entendimento sobre a legalidade da RSC, conotando as organizações como salvadoras e as ONGs ambientalistas como vilãs do progresso coletivo.

Os dados também corroboram que a compreensão sobre o tema não é uniforme, o que pode ajudar a entender as diferentes visões acerca das práticas sobre o tema. Mesmo com essas heterogeneidades, boa parte dos respondentes ainda enxerga a RSC sob ótica superficial e apriorística. Tal constatação fica evidente quando se expressam sobre a RSC apenas como sendo o cumprimento das mínimas exigências legais, sempre abertas a interpretações e negociações parciais, de acordo com Jonas.

“Se tem leis escritas, não tem fiscalização. Você teria fiscalização, parte dela é oculta, entendeu? Que consegue negociar com o empreendedor. O governo dá muita margem pra sociedade não ser punida” (JONAS).

Uma das expectativas mais presentes está relacionada à ética no exercício das atividades, na correção e retidão profissional e institucional, seja de organizações públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos. No entanto nota-se uma simplificação da noção de ética na fala dos respondentes, sendo associada à ética o simples agir sem corrupção, ou seja, desta maneira, falta de ética ou ética danosa é pura e simplesmente corrupção, afastando-se do conceito de RSC ética apresentada por Carroll (1991). O entrevistado Pablo explicita esta condição.

“Fatalmente se você não tivesse uma legislação que empurrasse, e levasse as empresas a pensar nisso, não é que não fosse existir a responsabilidade social, mas ela existiria num percentual ou numa aplicabilidade muito menor do que existe hoje” (PABLO).

Nesta análise a corrupção poderia ser categorizada também como ilegal, no entanto as distinções ou fronteiras entre o ético e o legal não são manifestadas pelos respondentes. Isso pode demonstrar que a RSC é um constructo que tem sofrido simplificações para ganhar aplicabilidade, ou seja, quanto mais complexo menos aplicável e explicável, ou simplesmente a elaboração de Carroll (1991) sobre ética e moral não reflita a experiência sociocultural dos respondentes pesquisados e, portanto, não válida em todos os contextos.

Esta questão de entendimento da RSC e sua aplicabilidade passa por uma necessidade de conhecimento público, o qual aparenta ser falho segundo o respondente Manuel que vê uma deficiência de consciência legal por parte dos empresários, e que expressa ser esta uma tarefa do governo proporcionar – “...eu acho que falta na verdade apoio do governo, apoio para fazer com que o empresário consiga entender as leis”.

Expectativa menos dirigida ao poder público também foi verificada, na qual o principal motor de realização de ações de RSC é a comunhão entre atores sociais independente dos seus interesses econômicos e que tenham por finalidade a implementação de projetos com efeitos sociais. Nesta ação, a expectativa está concentrada no empenho comum, inclusive por empresas concorrentes. A respondente Cristina aborda essa questão em seu discurso.

“Então, assim, não existe nenhum... ninguém que pense. Nenhuma organização, nenhuma instituição, nenhuma empresa privada, ou não, que se coloque nesse lugar pra poder trazer os atores do primeiro e do segundo e do terceiro [setores] a dialogar junto” (CRISTINA).

A RSC econômico-ética esperada que foi observada está relacionada a conjugação do interesse econômico das empresas e o agir sob uma boa ética que privilegie uma gestão respeitosa dos empregados, uma atitude empresarial que não permita a dissonância entre o discurso e a prática e não imponha aos indivíduos a pressão e o dissabor de ter que participar de um processo de negócio que conflite com os seus valores e crenças. Relata a respondente Maria Clara que é mais confortável quando o indivíduo tem a possibilidade de mudar de emprego ou tenha mecanismos para alterar esta realidade. Não havendo esta possibilidade a realidade não se altera e o discurso utilitário de RSC se impõe configurando uma disputa, até este momento percebida na família, escola e organizações.

Mudança de atividade profissional é uma saída comum quando se faz presente o conflito de valores entre a organização e o indivíduo, como expressa a citação do respondente João Pedro:

“...eu me lembro que a muito tempo atrás, esse sócio que hoje em dia já não está mais na empresa falou, pôxa como é que é...eu fico pensando a gente tirando madeira aí e tudo, eu estou me sentindo o cupim do Brasil, aí da floresta Amazônica” (JOÃO PEDRO).

O relato do drama vivido pelo ex-sócio da empresa é materialidade do conflito ideológico que as organizações impõem aos indivíduos. De um lado a atividade profissional extrativista e de outro a consciência humana que o mantém inseparável da natureza e desafia a racionalidade técnica, culminando no ímpeto para a mudança da realidade, ainda que seja a

sua própria. Desta forma a consciência por uma ação social menos danosa e contra-hegemônica ou “não hegemônica” (SANTOS, 2014) desencadeia um processo de emancipação do homem, fazendo-o buscar outros caminhos alternativos para a sua atuação profissional. Tal emancipação fez, neste exemplo de João Pedro, que emancipado ele abandonasse a atividade extrativista que desempenhava.

Em geral, os entrevistados apresentaram uma identificação muito forte com as organizações a que pertencem, portanto, o discurso institucional é notoriamente incorporado pelo indivíduo. As narrações em primeira pessoa ao se referir às instituições permearam diversos trechos das entrevistas, conforme esse em que Manuel avalia positivamente sua organização, se colocando (em primeira pessoa do plural) diversas vezes no discurso.

“A gente tem uma missão importante que é integrar os acadêmicos em questão para oferecer uma educação transformadora ao maior número de pessoas que positiva para a sociedade. Então a nossa missão é essa, educar para transformar. Acho que esse é o nosso princípio, seja ele em todas as áreas” (MANUEL).

Esse fato corrobora o que afirma Soares (2004), demonstrando que as empresas falam de RSC, portanto possuem alguma consciência e promovem alguma inclusão discursiva do tema, porém não conseguem ou não querem abordar o tema de maneira mais sistêmica e estratégica, o que enfraquece a presença consistente da RSC e ressalta outros atributos doutrinários da cultura organizacional, como por exemplo o econômico.

Conforme evidenciado no discurso dos respondentes, os papéis dos atores sociais deveriam ser conforme representados na Figura 1, de autoria do entrevistado Vicente. Porém, nem sempre isso ocorre, sendo as vezes difícil identificar a área de atuação de cada um.

Figura 1 – Relacionamento entre Atores Sociais



Fonte: entrevistado Vicente

Segundo Vicente, pessoas devem trabalhar e serem fraternas, governo, empresas e ONGs deveriam operar conjuntamente em benefício de um desenvolvimento. Fica subjacente aos discursos uma noção de desenvolvimento controversa, por prometer soluções para os problemas sociais, mas ao final, dada a superficialidade das aceções, apenas os aprofunda.

4.2 Papel dos Atores Sociais na Responsabilidade Social Corporativa

O discurso produzido sobre os papéis desempenhados pelos agentes sociais mostra uma divisão clara de trabalho e responsabilidades, apesar de haver zonas cinzentas, caracterizadas por uma aparente macro-deseestruturação e desarticulação entre os atores e até troca de papéis. Grosso modo, a gestão de uma iniciativa considerada de responsabilidade social que envolva mais de um ator sofre carências que são manifestadas no discurso com termos relacionados ao gerencialismo de mercado como “gestão”, “projetos” e “processos” (Cristina). A entrevistada Cristina discorreu sobre o tema da seguinte maneira: “Porque as contas hoje elas são muito soltas, assim... elas... é... tanto a iniciativa privada, o terceiro setor e o Estado, assim... não existe um diálogo fluido”. Maurílio, ao referir-se à desapropriação dos povos locais para a construção da usina de Belo Monte também aponta para problemas de ordem prática na aplicação da RSC:

“É o governo... não mas a empresa também, a empreiteira ganha a obra e fica a cargo responsável, o governo responsabiliza ele pra negociar com os caras sem fiscalizar, aí o cara quer maximizar o lucro né, dane-se lá o morador, o governo tinha que fiscalizar isso.” (MAURÍLIO)

Dos papéis dos três atores sujeitos da pesquisa, observou-se no discurso dos mesmos que ao governo caberia a distribuição dos impostos em forma de promoção do bem estar social, a fiscalização das práticas de RSC, além do patrocínio pontual ou recorrente de ações, projetos e processos capitaneados por ONGs ou empresas. Este discurso explicita como o conceito de RSC não é refletido na prática empresarial e além disso, há fortes críticas à atuação do governo, conforme expressou o entrevistado Joaquim.

“Hoje a gente vê aí ONGs, a gente vê instituições filantrópicas, a gente vê instituições que foram criadas ao longo do tempo fazendo o papel de que o Estado tem a sua obrigatoriedade e quando essas ONGs, que recebem subvenção do Governo Federal, começam a executar serviços que é obrigação do Estado a gente passa a observar que o Estado está falido. O Estado, ele tem a sua responsabilidade e quando ele é omisso em diversas áreas, essas instituições fazem esse papel, os papéis estão trocados” (JOAQUIM).

Assim, o discurso e os dados de pesquisa corroboram a literatura conceitual sobre RSC, no tocante a ampliação da expectativa sobre a atuação das empresas (Schwartz e Carroll,

2003), além do cumprimento das obrigações legais trabalhistas e geração de empregos, conforme relatou Joana.

“Eu acho que o desejável seria que a gente começasse a investir muito mais do que é investido hoje. Dar uma priorização maior pra esses tipos de projeto [RSC]. Porque na verdade, eles investem porque precisam investir” (JOANA).

A partir de um quadro em que os atores sociais possuem alguma consciência sobre a RSC, constituída por uma produção discursiva que é materialidade ideológica, verbalizando o seu pertencimento aos domínios da educação, gestão, natureza e ação coletiva dos distintos atores sociais, torna-se emergente a necessidade de conhecer mais profundamente as atitudes dos referidos atores.

De modo geral os representantes de ONGs apresentam-se mais politizados e críticos em relação a RSC, o que marca uma posição mais contestadora sobre o processo utilitarista empresarial e sobre as práticas nocivas do mercado. Tais práticas como o uso instrumental, por parte de empresas, de ações sociais para fins de publicidade, interferem diretamente no caixa das pequenas ONGs, pois pequenas, mal estruturadas e com pouca contrapartida à oferecer, são obrigadas a negociar. Nesse sentido, foi recorrente a manifestação de dependência destas pequenas ONGs em relação ao poder público ou empresas patrocinadoras, seja para realizar pesquisas ou para implantar um projeto local com efeitos verdadeiramente sociais. Cristina, idealizadora e administradora de uma ONG, deixa isso claro relatando como ocorrem algumas negociações com empresas.

“A partir do momento que você senta numa mesa de negociação, com uma empresa dessas e... a solicitação de contrapartida deles pro projeto é inacreditável! As vezes assim... você tem que ir captar dinheiro em outro lugar pra poder... cumprir a contrapartida, que tem que aparecer o logo na caneca, o logo não sei aonde, então é muito” (CRISTINA).

Se por um lado as ONGs se mostram mais críticas, o discurso de RSC é tão impregnado do utilitarismo empresarial que se torna normalizado no mercado. A fala de Cristina revela que, embora desagradável, a instituição ONG está subordinada aos interesses empresariais se quiser realizar alguma ação por meio de patrocínio privado. Como prática social desse discurso de RSC o poder do capital torna-se hegemônico.

Permeia o discurso dos representantes das ONGs o caráter missionário das suas atividades. Nesta missão, não escapa da peregrinação pelo processo licitatório que impõe o relacionamento entre o terceiro setor e o poder público, embora também tenha sido encontrado representante de uma organização constituída como ONG, sem fins lucrativos, que

se autodeclara “uma oportunidade de negócios sociais”, rechaçando a ideia de missão e inserindo-se de forma clara como uma organização que atua com orientação mercantilista, apesar de ser uma ONG. Desta forma ela serve à instrumentalidade gerencial das organizações empresariais que não possuem capacidade de, simultaneamente, empreender e relacionar-se socialmente de forma responsável.

Se por um lado nos discursos as ONGs são apresentadas como ente missionário e benfeitor, assume-se também uma prática social imersa em uma luta de classes e ideológica em que ONGs estão submetidas ou corroborando o discurso hegemônico de RSC com vistas à viabilidade econômico-financeira, típica no capitalismo neoliberal.

Desta maneira, há ONGs que firmam suas características de prestadoras de serviços sociais às empresas. Isto posto, torna-se inevitável sob a égide da literatura de RSC, observar que tal fato fomenta esse tipo de posicionamento que é questionável do ponto de vista ético dada a incongruência entre a sua constituição jurídica e a sua atividade prática. Assim, afasta-se da “responsabilidade legal” e direciona-se exclusivamente para “responsabilidade econômica” de Carroll (1991). A citação:

“A ONG Império na verdade não é uma [ONG] de responsabilidade social, eu não trabalho com nenhum parceiro, nenhuma empresa. A ONG Império é uma oportunidade de marketing. É criar mercado numa área” (JOSÉ ALFREDO).

Apesar desse discurso não representar todas as ONGs, esta possui um discurso congruente às empresas, além de engajado nas práticas do sistema de mercado orientado para a maximização da utilidade e lucro. Pode-se dizer que em termos de consciência sobre o discurso, esta ONG foi a mais lúcida, sem considerar os resultados das suas ações.

Os dados também demonstram que as ONGs são os agentes mais atuantes socialmente, cabendo necessariamente a execução das ações, projetos e processos. Sua atuação se mostra especialista em causas ou em públicos, o que desperta o interesse tanto das organizações empresariais, quanto do poder público, pois são o ponto de contato com as comunidades locais. No ambiente macro as ONGs funcionam como operadores da RSC de terceiros, dado que a filantropia pode ser considerada em termos conceituais uma forma de RSC, assim a organização pública ou privada que não está cumpridora de uma RSC legal ou ética de maneira destacada pode usar o patrocínio às ONGs como “tampão” do seu dever não cumprido/esperado pela sociedade.

4.3 As Organizações e a RSC

No Brasil, algumas empresas multinacionais aderiram às práticas de RSC em função

de pressões advindas de suas matrizes, localizadas em países ditos desenvolvidos, onde tais práticas já estavam institucionalizadas. Tal fato pode ser corroborado pela constatação de Karagozoglu e Lindell (2000) em que a RSC pode gerar retornos econômicos para as empresas e que elas fomentem essas práticas com esses fins. A entrevistada Maria Clara relatou como esse processo ocorreu na empresa em que trabalha.

“Então, é... Lá fora já existia uma fundação, é uma empresa global, né? Que atua no mundo inteiro. Então existe hum... uma divisão, digamos assim, interna da empresa que dá algumas diretrizes...” (MARIA CLARA).

No que diz respeito à estrutura formal das empresas, não há consenso sobre qual a melhor maneira de fortalecer as práticas de RSC. Uma das entrevistadas, Maria Clara, executiva de uma multinacional, considera melhor uma empresa sem um departamento específico para a RSC, pois assim a direção da empresa assumiria o papel de gerenciar essas ações.

“As decisões executivas, etc, são feitas pelo board da empresa, e não é..., quer dizer, na reunião de comitê da empresa né, e não tocada por uma área... ...que algumas empresas têm áreas específicas pra isso né. Eu acho que no caso dessa empresa específica que a gente está falando, se existisse uma área interna com esse foco, essa área seria muito pobre.” (MARIA CLARA).

Maria Clara, informada por um discurso de RSC com clara intenção de transformação, dá voz às expectativas empresariais de uma organização que opera alinhada com orientação de organizações como ONU e OMC e com isso implementa discursivamente um projeto de introjeção social da ideologia de mercado. Esta ação é parte de um processo decisório empresarial que tem como sujeitos os executivos que são produtores e produtos do discurso de RSC e que no ato final de sua atitude social, opta pelo lucro em detrimento do bem comum. Maurílio dá luz ao processo decisório na voz política do discurso de RSC:

“primeira coisa é conscientizar os seus dirigentes, da importância que é você ter uma empresa socialmente responsável né, uma empresa que pense não apenas no lucro, o lucro é uma consequência e isso é um pouco complicado para conscientizar a gente tem...sabe que tem as instruções dos institutos de governanças, mas na hora lá o cara sempre vai querer manipular para maximizar o lucro dele. Então eu acho que tem que ter uma política de governo, uma lei voltada pra isso, é, incentivo, isso já existe esse incentivo na bolsa, mas isso é meio modismo né. De vez em quando pinta aí, faz e tal, depois esquecem, então tem que ter constância de transformar isso em filosofia de trabalho para todas as empresas”. (MAURÍLIO)

Já a entrevistada Cristina pontua que normalmente as ações de RSC estão sob a responsabilidade dos departamentos de Recursos Humanos ou Marketing, sendo que o foco e

desdobramentos das ações são distintos para estes setores. O que ficou claro é que os discursos de ambas mostram que as empresas articulam a RSC conforme a sua necessidade e interesse, acomodando-a próximas de departamentos que farão melhor uso instrumental dos seus potenciais.

Verifica-se no discurso da respondente Cristina que, sobre as práticas empresariais, espera-se que sejam no mínimo relacionadas com os seus meios de produção e que resultem em produtos e serviços carregados de RSC, contudo também é desejado o patrocínio de ações de terceiros que não restrinja a sua atuação ao seu mercado ou seu entorno. Assim, há forte relação entre a atividade da empresa e as práticas de RSC adotadas pela mesma, conforme comentado.

“eu acho que é muito claro no aspecto de qual é o impacto que essa empresa causa pra sociedade. Então, assim... eu vejo... As empresas de engenharia, elas têm um olhar forte pras ações ambientais. (...)porque de fato ela desconstrói, né, o meio ambiente” (CRISTINA).

Outro aspecto significativo observado diz respeito ao uso das ações de RSC como ferramenta de marketing e meios para obtenção de vantagens econômicas, portanto a prática social do discurso constrói uma ideia de cidadania do mercado e intenciona outra ideologia. Assim, ficou claro em diversas ocasiões que a intenção de boa parte das organizações não é ser socialmente responsável, mas sim obter meios de chamar a atenção de mercados e outros atores sociais. A passagem abaixo da entrevistada Cristina embasa essa condição.

“A gente assim... quanto mais bonito o relatório, melhor. Não necessariamente que... claro que o impacto, assim... é... é importante, mas assim... mas eu vejo que o impacto de mídia é muito mais importante do que o impacto do... do.. social” (CRISTINA).

Maurílio aprofunda a crítica evocando distinções entre uma ética protestante (bases éticas do capitalismo segundo Weber) e um ideal de RSC, denotando novamente um abismo entre o discurso de RSC e a sua prática, apontando para as fundações do sistema de mercado como causa da inviabilidade de uma responsabilidade social.

“Eu gostaria de colocar... Eu acho que essas questões que estão havendo aí da Petrobrás e várias estatais, podem ser um divisor de águas, a partir daí a gente se conscientizar que tem que agir todo mundo com ética, lisura e competência e não levar vantagem em tudo né, querer tirar vantagem de tudo pra fins pessoais... é o anticristo né, o neoliberalismo é o anticristo. Cristo pregava o amor a fraternidade e o neoliberalismo pregava que cada um tem que ser... que só vence o melhor, e tudo isso faz parte de uma estratégia pra que as pessoas se tornem egoístas, egocêntricas, e aí você fica um indivíduo no meio da comunidade, você se enfraquece, nós precisamos pensar no coletivo, no bem estar comum, então tem que fazer o anti-neoliberalismo nesse aspecto também, socializar as atitudes, cada um tem que ter sua

responsabilidade social” (MAURÍLIO)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo considerou-se como base alguns dos principais conceitos que orbitam a Responsabilidade Social Corporativa, utilizando-as como lente teórica a análise crítica do discurso. Não foi pretensão desta investigação uma cobertura definitiva sobre o tema, dada a sua grande abrangência e profunda penetração no contexto social, o que inclui as organizações e obviamente pelo fato de ser um tema com enorme variedade de perspectivas ainda em construção.

Buscou-se captar o que de relevante foi obtido com as entrevistas, sobretudo com a intenção de demonstrar a presença conceitual e discursiva do tema nas organizações empresarias, nas ONGs e no poder público, em que se fez notar uma construção discursiva por meio de um processo complexo, operado por diversos atores que produzem um consequente eco com fundo ideológico capitalista que se vê hegemônico. Tal hegemonia produz uma dissonância teórico-prática com potencial de confundir e mal informar a sociedade por meio de simplificações da noção de ética, cidadania, e distorção de papéis sociais dos atores, além do entendimento sobre RSC.

Se por um lado há alguma consciência, ainda que deturpada, sobre RSC nas organizações, ainda assim, ela é uma condição necessária, embora não suficiente para que os benefícios sociais aconteçam, pois por outro lado foi observado o instrumental interesse político em iniciativas do terceiro setor, a noção pouco elaborada sobre ética demonstrada por sua simples associação a honestidade, sem considerar outros desdobramentos socialmente nocivos que residem em um agir honesto (por estar dentro da legalidade por exemplo). Também foi desvelada a dissonância entre discurso e prática nas empresas e a inadequação estrutural para suportar uma cultura que inclua a responsabilidade social corporativa e a faça presente no agir empresarial, sobretudo nas decisões dos executivos. As decisões dos executivos, reflexo de uma retórica presente no ambiente organizacional, esconde a sua incapacidade de liberdade, e confirma um aprisionamento epistêmico e ontológico, que impede a sua ação para a mudança social. Ao mesmo tempo que aprisionado, o executivo é discursivamente empurrado para um status nas organizações que o faz produtor e repetidor uma fala inócua para os fins realmente sociais da Responsabilidade Corporativa.

As dualidades verificadas entre boas intenções e falta de RSC revelam condições estruturais que se formam no mercado entre agentes sociais e entre organizações e indivíduos que dificultam uma racionalidade dos fins, em que os fins resultem em responsabilidade sobre

o bem coletivo.

A aplicação do ideal de RSC elaborada por Schwatz e Carroll (2003) é confrontada pela prática social dos agentes de mercado que se aproximam de perspectivas menos ingênuas de Soares (2004); Banerjee (2008) e Sauerbronn (2011). Esta constatação por meio dos discursos dos agentes enseja uma oportunidade de discussão sobre a hegemonia do poder exercido pela ideologia de mercado (capitalista), que aprisiona as práticas organizacionais ao mesmo tempo que sofre com suas consequências. É de se supor que os efeitos danosos do discurso de RSC causem algum tipo de desconfiança social sobre as tais práticas organizacionais, o que delimitaria um estudo futuro mais aprofundado, assim como a ação de executivos e seus compromissos com stakeholders versus o Bem Estar como resultado de políticas organizacionais.

Com isso, observou-se que muito ainda pode ser feito para o desenvolvimento conceitual e aplicação prática de Responsabilidade Social Corporativa, sobretudo no que concerne a relação entre organizações e indivíduos sob aspectos de cultura organizacional. Também apontamos para a possibilidade de futuros estudos dedicados à inter-relação entre agentes sociais em um contexto macro, uma vez que parte da incoerência entre o discurso e a prática ocorre em função de conjunturas sistêmicas (e.g. a adoção de um modelo neoliberal).

Foi identificado que o poder público tem participação importante no fomento de iniciativas com efeitos sociais, contudo o seu protagonismo não é verificado, seja pela percepção de que faz menos do que poderia fazer, transferindo para organizações privadas a execução das ações em formato de parcerias ou pela ação instrumental de políticos que objetivam o uso de tais iniciativas como palanque eleitoral ou intencionam ação corrupta que visa a verba dos projetos.

A ação ineficaz do Estado também é notada no exercício precário da atividade de fiscalização em região de floresta no país. Relata o respondente João Pedro ser comum a existência de extração de madeira na Amazônia de forma clandestina, por pessoas físicas ou por organização chinesa que submete o povo local a condições não dignas de trabalho. Reconhece João Pedro, que atuou no setor madeireiro, que a ineficácia da fiscalização é parte do problema que gera irresponsabilidade social, favorecida também pelo pequeno contingente de fiscais locais.

Foi observada também a existência de um processo burocrático no poder público executivo para garantir a ação socialmente responsável por parte dos projetos patrocinados pelo Estado, contudo, relata a respondente Cristina que trata-se de mero cumprimento legal, sendo em verdade, medidas superficiais que pouco resultam em benefício social, mas que

seguem o rigor da lei, apesar de admitir estar havendo uma crescente presença do debate no poder público sobre questões que resultam em RSC. Aqui podemos verificar aspectos de RSC ética e legal, contudo em uma disputa entre os dois, significando que o estrito cumprimento da lei não expressa necessariamente uma boa ética. Isto pode suscitar o anacronismo ético-legal em que destoam a expectativa sobre a RSC e abrangência das leis brasileiras.

Por efeitos da análise crítica do discurso de RSC, a contraposição das perspectivas teóricas que pretendem tudo acomodar (até mesmo as contradições) para não se perder o poder e controle sobre a sociedade (Carroll, 1979; Schwatz e Carroll, 2003; Freire e Souza, 2010) com as mais realistas (Schroeder e Schroeder 2004; Soares, 2004; Banerjee, 2008 e Sauerbronn, 2011), defende-se a construção de limites da ação organizacional e uma maior pluriversalidade do conhecimento sobre desenvolvimento e administração/gestao (COOKE e FARIA, 2013) em benefício do bem coletivo.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. et al. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

BANERJEE, S. Who Sustains Whose Development? Sustainable Development and the Reinvention of Nature. **Organization Studies**, n.24, p.143, 2003.

BANERJEE, S. Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly. **Critical Sociology**, n.34, p. 51-79, 2008.

BERTONCELLO, S.; CHANG JÚNIOR. **A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação**. Revista da Faculdade de Comunicação da FAAP, São Paulo, n. 17, p. 70-76, 2007.

CARROLL, A. **A Three Dimensional conceptual model of corporate performance**. Academy of Management Review, v. 4, p. 497-505, 1979.

_____ **The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders**. Business Horizons, v. 34, n. 4, p. 34-48, 1991.

COOKE, B; FARIA, A. Desenvolvimento, Administração e Imperialismo do Atlântico-Norte: Para Eduardo Ibarra-Colado. **Cadernos Ebape**, v.11, n. 2, editorial, Rio de Janeiro, jun., 2013.

CRISÓSTOMO, V. L.; FREIRE, F. S.; SOARES, P. M. **Uma análise comparativa da responsabilidade social corporativa entre o setor bancário e outros no Brasil**. Contabilidade Vista & Revista, v. 23, n. 4, p. 103-128, 2012.

FAIRCLOUGH, N. Discurso e Mudança Social. **Editora Universidade de Brasília**, Brasília, 2001,2008.

FREIRE, Robson et al. **Responsabilidade social corporativa: evolução da produção científica**. In: Congresso nacional de excelência em gestão. 2008.

FREIRE, R.; SOUZA, M. J. B. de. **Responsabilidade social corporativa: um enfoque a partir dos principais modelos teóricos**. VI Congresso Nacional de Excelência em Gestão de Energia, Inovação, Tecnologia e Complexidade para a Gestão Sustentável. Niterói, 2010. Disponível em:<http://www.excelenciaemgestao.org/portals/2/documents/cneg6/anais/t10_0261_1298.pdf>. Acesso em: 12 Dez. 2014.

GALEGO-ÁLVAREZ, I.; FORMIGONI, H.; ANTUNES, M. T. P. Corporate social responsibility practices at brazilian firms. **Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 1, p. 12-27, 2014.

HART, S.L. **O Capitalismo na Encruzilhada: As Inúmeras Oportunidades de Negócios na Solução dos Problemas mais Difíceis do Mundo**. Tradução de Luciana de Oliveira da Rocha. Porto Alegre: Bookman, 2006. Título original: Capitalism at the crossroads: the unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems.

IRIGARAY, H. A. R.; VERGARA, S. C.; SANTOS, M. C. F. **Responsabilidade social corporativa: um duplo olhar sobre a Reduc**. Revista de Administração Mackenzie, v. 14, n. 6, p. 82-111, 2013.

KARAGOZOGLU, N.; LINDELL, M. **Environmental Mangement: Testing the Win-Win Model**. Journal of Environmental Planning and Management, v. 43 n. 6, p. 817-829, 2000.

McCRACKEN, Grant (Ed.). **The Long Interview**. Sage, 1988.

MORETTI, Sérgio L. do A.; FIGUEIREDO, Júlio CB. Análise Bibliométrica da Produção sobre Responsabilidade Social das Empresas no EnANPAD: Evidências de um Discurso Monológico. **ENCONTRO ANUAL DA ANPAD**, v. 31, p. 40-65, 2007.

PARADA, A. D.; RODRÍGUEZ D. R.; GONZÁLEZ V. E. Valoración de la RSC por el Consumidor y Medición de su Efecto sobre las Compras. **RAE: Revista de Administração de Empresas**, v. 54, n. 1, 2014.

POLONSKY, Michael J.; CARLSON, Les; FRY, Marie-Louise. A Public Policy Development and Stakeholders Perspective. **Marketing Theory**, v.3, n.3, p. 345-364, 2003.

SCHWARTZ, M.; CARROLL, A. **Corporate Social Responsibility: a three-domain approach**. Business Ethics Quarterly, v. 13, I.4, p. 503-530, 2003.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. **Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor**. Revista de Administração Contemporânea, v. 11, n. 3, p. 83-103, 2007.

SANTOS B.S. **Se Deus Fosse um Ativista dos Diretos Humanos**. 2ª Ed., São Paulo, Cortez, 2014.

SAUERBRONN, F.F. É POSSÍVEL ESCAPAR DO COLONIALISMO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO BRASIL? UMA PROPOSTA PLURALISTA, PRAXEOLÓGICA E ESTRUTURACIONISTA. **Gestão e Sociedade**, v.5, n.10, p.81-100, jan/abr., 2011.

SOARES, G. M. de P. **Responsabilidade social Corporativa: Por uma boa causa!?** RAE Eletrônica, v.3, n.2, jul./dez.2004.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

UN GLOBAL COMPACT. O que é o Pacto Global? Disponível em: < <https://www.unglobalcompact.org/Languages/portuguese/index.html> >, acesso em: 20 de maio de 2015.

VASCONCELOS, I. F. F. G.; ALVES, M. A.; PESQUEUX, Y. Responsabilidade Social Corporativa e Desenvolvimento Sustentável: Olhares Habermasianos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 52, n. 2, p. 148-152, 2012.

VERGARA, S. Métodos de Pesquisa em Administração - 5a. ed. **Atlas**, São Paulo, 2012.