



XVI COLOQUIO INTERNACIONAL DE
GESTIÓN UNIVERSITARIA – CIGU

Gestión de la Investigación y Compromiso Social de la Universidad

Arequipa – Perú
23, 24 y 25 de noviembre de 2016

ISBN: 978-85-68618-02-8

**EVOLUÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: PROPOSTA
PARA REPENSAR O MODELO PARA APLICAÇÃO EM UNIVERSIDADES**

FERNANDO CLEMENTE CUNHA BASTOS

Universidade do Vale do Itajaí UNIVALI

cris_artemis@yahoo.com.br

CRISTHIANE MARTINS LIMA

Universidade do Vale do Itajaí

cris_artemis@yahoo.com.br

RESUMO

O presente estudo é um ensaio teórico referente a temática da Responsabilidade Social Corporativa(RSC). São apresentados as eras e estágios históricos da RSC, as principais abordagens de autores que trabalharam com o tema e os benefícios que o mercado ganha ao investir em ações de RSC. É apresentada os principais modelos propostos para avaliar o desempenho social corporativo das organizações e suas comparações e em seguida o modelo conceitual proposto de Carroll (1991) para a partir daí repensar outros modelos de RSC aplicada às universidades, tendo em vista que os conceitos ainda divergem em determinados aspectos devido às situações econômica e social em meio às quais foram concebidos. Por fim conclui-se RSC deve ser holística e pensada juntamente com os diversos *stakeholders*, para que efetivamente, em conjunto, universidade, fornecedores, alunos, docentes, funcionários, governo e outros envolvidos se aliem e resolvam efetivamente questões desafiadoras para a sociedade, como melhoria da educação, salários e condições justas de trabalho, melhoria da competitividade no mercado profissional, entre outros.

Palavras chaves: Responsabilidade social. Universidade. Carrol.

Há uma cobrança crescente da sociedade para que todas as organizações ajam de acordo com os princípios da responsabilidade social. Embora seja um tema que atualmente vem recebendo cada vez mais atenção nas atividades corporativas, no contexto empírico ainda há empresas que se quer conhecem sobre as práticas de responsabilidade social. As contestações em torno deste assunto há muito tempo já não são apenas conceituais, no sentido de compreender o que caracteriza a ação social responsável do setor empresarial. Já no ambiente acadêmico, não há consenso sobre os modelos teóricos de avaliação da RSC que podem ser utilizados. Com relação aos estudos sobre Responsabilidade Social Universitária (RSU) há em menor quantidade em relação aos estudos sobre RSC.

No entanto, as Universidades têm uma grande responsabilidade na formação dos profissionais que vão trabalhar nas organizações de todos os setores: públicas, privadas e do terceiro setor, sejam elas pequenas, médias ou grandes. A Universidade, como instituição formal, existe há pouco mais de nove séculos, tendo evoluído desde a fundação de Bolonha, Paris ou Oxford e teve influências civis, religiosas, sociais e econômicas. No Brasil a instituição surgiu com características bem típicas. Primeiramente, solidificou-se em escolas superiores isoladas com orientação, sobretudo voltada para a preparação profissional naquelas áreas mais tradicionais que as elites emergentes do país requisitavam.

A Educação Superior, relevante para o conjunto das políticas públicas nacionais, mostra-se essencial para a formação acadêmico-profissional, assim como para as atividades de pesquisa direcionadas ao desenvolvimento socioeconômico. É neste nível que as pessoas aprimoram a formação ético-cultural endereçada à cidadania, à justiça social e ao desenvolvimento sustentável.

Tendo em vista aos inúmeros escândalos que ocorreram em diversos países, ainda é insignificante o número de estudos sobre o impacto sobre a responsabilidade das Universidades na formação de estudantes.

A responsabilidade social corporativa pode ser identificada por meio de diferentes correntes teóricas, originárias de outras áreas do conhecimento como a Filosofia, a Sociologia, Política e a própria Administração advinda do desejo das organizações de adquirirem o respeito e admiração da comunidade que são influenciadas por suas atividades. Essa responsabilidade se refere à ética, que direciona ações e relações com todos os públicos com os quais interage, sejam eles: fornecedores, consumidores, governo, sociedade, comunidade, colaboradores ou acionistas, como também o meio ambiente. Ultrapassa as obrigações legais da empresa e suas práticas filantrópicas, apoiando uma mudança significativa em sua atitude (DE BENEDICTO, 2002).

Para a organização, a inoculação social pode credenciá-la a uma melhor colocação diante de seus adversários. Para a sociedade, o tema passa a ser guardião da expectativa de ampliação da participação e fornecimento de demandas sociais, visíveis desde o início do processo de democratização que resultou com a promulgação Constituição Federal de 1988. Para o Estado, o tema pode colocar em prova sua capacidade de promover a articulação em torno de projetos concretos para ultrapassar as desigualdades sociais tão enraizadas quanto combatidas pela sociedade.

Discussões sobre RSC são muito amplas, podendo englobar aspectos ligados à filantropia, a questões sociais, ambientais e financeiras, embora não estejam restritas a somente a estes aspectos. Observa-se um incremento na consolidação dessas práticas, pois conceitos ligados à transparência no preenchimento de demonstrações contábeis e à necessidade de atender a legislação têm sido amplamente praticados nos dias atuais. Embora a governança e a transparência serem aspectos amuito valorizados no que tange à RSC, o mercado educacional não destaca excelência nessa temática. (LENNAN; SEMENSATO; OLIVA; 2015)

A transparência transpõe a disponibilização de informações exigidos pela legislação, contemplando os relatórios financeiros, informações sobre a ação gerencial, a condução e a criação de valor na organização (IBGC, 2009a). No contexto das universidades, Klein (2012) verificou que a transparência na gestão universitária minimizou os conflitos entre dirigentes e docentes. Piccoli et al. (2012) admitem a melhoria da imagem institucional como uma vantagem, fruto da organização transparente.

A teoria dos stakeholders por sua vez, verifica a razão de os diversos grupos de interesse serem considerados na forma com que a empresa é dirigida (SPITZECK; HANSEN, 2010). Ricart et al. (2005) entendem que há evidências de que empresas com destaque nas práticas de RSC tendem a ter gestão orientada aos seus respectivos grupos de interesse.

Responsabilidade Social: evolução histórica e conceitos

Historicamente, a doutrina da RSC se desenvolveu em cima da ideia de que o empresariado por utilizar recursos da sociedade, tem por obrigação fazer uma compensação por meio de ações com fins de amenizar ou resolver problemas de cunho social e ambiental, gerando assim, benefícios para a sociedade. Embora sejam encontradas evidências dessa busca em várias partes do mundo, Estados Unidos é o país que reúne um conjunto considerável de literatura acumulada nessa área (CARROLL, 1999), o que justifica o fato dos estudos citados neste trabalho serem americanos, na sua maioria.

Os estágios da RSC foram mudando de acordo com demandas mercadológicas e pressões da sociedade, passando pelo estágio da RSC promocional, seguido pela abordagem estratégica e a partir do início do século XXI, e no entender de Visser (2010a) se vive a era econômica, onde a abordagem da RSC ocorre de maneira sistêmica e busca ouvir os *stakeholders* organizacionais e envolvê-los no processo. O quadro 1 demonstra em resumo as eras econômicas e estágios da RSC:

Quadro 1 Eras e estágios da Responsabilidade Social Empresarial

Era econômica	Estágio da RSC	Modo de ação	Fatores Chave	Stakeholder alvo
Ganância	Defensiva	Intervenções pontuais	Investimentos	Acionistas, governo e empregados
Filantropia	Caridade	Programas de caridade	Projetos	Comunidade
Marketing	Promocional	Relações públicas	Mídia	Público em geral
Gestão	Estratégica	Sistemas de gestão	Regulamentos e Balanços Sociais	Acionistas, ONG's, e Organizações da Sociedade Civil
Responsabilidade	Sistêmica	Modelos de negócio	Produtos	Órgãos reguladores e consumidores

Fonte: Adaptado de Visser (2010a)

Tenório (2004) separa em dois os períodos do desenvolvimento da RSC: o primeiro marco início do século XX até a década de 1950, período em que houve a passagem da economia agrícola para a industrial, com a função da ciência na organização do trabalho. A visão econômica principal era o liberalismo de Adam Smith e David Ricardo, que tinha a ideia do predomínio da indústria sobre a agricultura, evidenciando a superioridade da teoria da mais valia sobre a renda, da moeda sobre a troca e, principalmente, da obrigação das empresas em gerar lucro. Já o segundo período da RSC, surge a partir de 1930, nos Estados Unidos, com

o *New Deal* de Roosevelt, e se fortalece a partir de 1950, com o surgimento da sociedade industrial, marcada pelo pensamento Keynesiano e pela intervenção do Estado na economia.

A responsabilidade social só é oficialmente discutida na academia a partir de 1930, quando as organizações começaram a demonstrar certa preocupação de como suas atividades refletiam na sociedade, surgindo então publicações sobre o tema, com o foco principal nas responsabilidades dos negócios para com a sociedade, (CARROLL; SHABANA, 2010). Desde então, a comunidade científica persegue a definição de um construto para a responsabilidade social.

O debate sobre RSC na academia veio com a publicação *Social Responsibilities of the Businessman*, de Howard Rothmann Bowen, em 1953 (CARROLL, 1979). Na obra, a conceitua como aquela que “se refere às obrigações dos empresários de buscar determinadas políticas, de tomar certas decisões ou de seguir linhas de ação desejáveis em termos de objetivos e valores para a nossa sociedade.” (CARROLL, 1999, p. 270). Bowen associou a produção em escala da empresa aos impactos causados na sociedade, numa perspectiva de que as obrigações, bem como as decisões dos empresários, os quais o autor intitulou de homens de negócios, devem ser orientadas pelos valores desejáveis da sociedade (BOWEN, 1953). Em seguida houve outros teóricos que contribuíram para a evolução da RSC, dentre eles Levitt (1958), Davis (1960, 1967) e McGuire (1963).

Os anos 1970 seguiram uma tendência de proliferação dos conceitos iniciada nas décadas anteriores, evidenciados nos estudos acadêmicos, liderados por Friedman (1970), Narver (1971), Steiner (1971), Davis (1973), Hay e Gray (1974), Eells e Walton (1974), Sethi (1975), Preston e Post (1975) Carroll (1979), e Zenisek (1979). Os quatro últimos prestaram especial contribuição nessa época, quando elaboraram modelos teóricos a fim de avaliar o desempenho social corporativo, conceituando a RSC.

Entretanto Friedman (1970) se posiciona de maneira controversa à participação de organizações em busca de soluções para questões sociais, as quais são responsabilidades do Estado. Pouco tempo depois, o mesmo autor afirma que o dinheiro empregado para manter os investimentos em ações de RSC advém dos consumidores e dos acionistas que deixam de receber os lucros a que têm direito, sendo necessário investir apenas com objetivo de maximizar dos resultados da empresa (FRIEDMAN, 1972).

Carroll (1979) defende que o conceito de responsabilidade social é abordado de diferentes formas e por diferentes autores, ou seja, as suas definições estão relacionadas em diferentes escalas: econômica, legal e atividades voluntárias. Neste estudo, listou algumas das abordagens e o seu significado na responsabilidade social, conforme observado no quadro a seguir.

Quadro 2 - Definições de RSC

Principal contribuição	Autor
Garantir unicamente lucros	Friedman
Aplicar o conceito de RSC mediante a realização de proveitos	Davis e Backman
Aplicar o conceito de RSC mediante requisitos econômicos e legais	McGuire
Promover atividades voluntárias	Manne
Promover atividades voluntárias, econômicas e legais	Steiner
Aplicar círculos concêntricos cada vez maiores	CED – Committee for Economic Development, Davis e Blomstrom
Ter preocupação mais ampla com o sistema social	Eells e Walton
Demonstrar a responsabilidade como um número de problemas sociais	Hay, Gray e Gates
Fornecer um caminho para a responsabilidade social	Ackerman e Bauer, Sethi

Fonte: adaptado de Carroll (1979)

Já na década de 80 foram observadas melhorias importantes no entendimento da RSC, acompanhada de novos temas, problematizações, estudos empíricos e discursos que buscam justificá-la ou criticá-la, o que fica amplamente demonstrada nos escritos de Jones (1980), Freeman (1984), Drucker (1984), Cochran e Wood (1984), Aupperle, Carroll e Hatfield (1985) e Eptein (1987). Começou-se então a discutir temas diretamente relacionados a RSC, como ética nos negócios, gerenciamento de *stakeholders*, políticas públicas, entre outros.

De acordo com Jones (1980), a responsabilidade social pode ser reduzida a duas questões básicas: uma que traça o conceito e outra que enfatiza a sua aplicação. (JONES, 1996). Em 1983, Carroll reelaborou seu conceito das quatro partes da RSC, reorientando o componente discricionário em voluntário ou filantrópico por acreditar serem os melhores exemplos de atividades discricionárias. Freeman (1984) propôs um modelo em que as organizações dependem e são influenciadas pela gestão dos stakeholders. Drucker (1984) indicou de que a rentabilidade e a responsabilidade são noções complementares. Já Cochran e Wood (1984) desenvolveram um estudo em que propuseram outras formas de relacionar responsabilidade social com a rentabilidade organizacional. Para tal, definiram uma escala de reputação desenvolvida por Milton Moskowitz (1972). Outro estudo com os mesmos construtos foi desenvolvido por Aupperle, Carroll e Hatfield (1985). Neste estudo os autores operacionalizaram as quatro dimensões de RSC apresentadas por Carroll (1979) pedindo a opinião a um conjunto de empresários. Este estudo demonstrou que a prioridade de atuação nas quatro dimensões é a seguinte: econômica, legal, ética e filantrópica (Aupperle, Carroll e Hatfield, 1985). Neste mesmo ano, Wartick e Cochran (1985) publicaram um modelo teórico de desempenho social corporativo.

Já década de 90, poucas contribuições foram dadas. Além dos temas já abordados anteriormente, no entanto outros termos continuaram a ganhar força, acrescentando-se aos já mencionados o de cidadania corporativa (CARROLL, 1999).

Carroll (1991) expressou na forma piramidal as dimensões da responsabilidade social corporativa em forma de pirâmide ficando estas inter-relacionadas, numa evolução à sua própria representação elaborada em 1979; Wood (1991), sugeriu um modelo mais amplo de desempenho, com base em Carroll (1979) e Wartick e Cochran (1985). Melo Neto e Froes (1999) apontam diferenças entre filantropia e responsabilidade social, mesmo no que diz respeito à dimensão filantrópica. Para os autores, a filantropia denota caráter paternalista e beneficente; já a responsabilidade social reflete consciência social e dever cívico. Neste mesmo ano, Carroll (1999) elabora o artigo que aborda a evolução histórica e conceitual da RSC.

Já nos anos 2000 os estudos sobre a responsabilidade social concentraram-se em esclarecimentos, avaliações e atualizações, como já demonstrado em épocas anteriores. A exemplo disso, os autores Schwartz e Carroll (2003) aprimoraram o modelo de Carroll (1991), substituindo a pirâmide por um Diagrama de *Veen*, no intuito de simplificar o entendimento das relações entre os componentes, enfatizando a inter-relação existente entre estas. Outra alteração foi o fato de reconsiderarem a responsabilidade filantrópica, posicionando-a nas dimensões ética ou econômica, em função de suas características muitas vezes se confundirem. Desta forma, as três dimensões – econômica, ética e legal – podem vir a se transformar em sete categorias resultantes de suas sobreposições. Os autores ainda salientam que as categorias puramente legais, ética e econômica/ legal dificilmente são aplicadas, fato que limita alguns segmentos do modelo, em função da alta associação entre as ações de ambas as naturezas econômica e legal, bem como as de caráter legal e ético.

A procura por um construto parece ter evoluído em busca de um paradigma teórico, que viesse a explicar a complexa relação entre os negócios e a sociedade. A esse respeito Schwartz e Carroll (2007) voltaram a publicar juntos, com o artigo intitulado, declarando

que, devido à complexidade desse campo, a meta de encontrar um paradigma que o unifique talvez, ainda, não seja realizável por causa da sua abrangência e da competição de estruturas complementares, com o objetivo de alcançar a supremacia. Por isso, esses autores propuseram uma estrutura integrada, ao invés de um paradigma dominante, incluindo os seguintes construtos: responsabilidade social corporativa (RSC), ética nos negócios (EN), gestão dos *stakeholders* (GS), sustentabilidade (SUS) e cidadania corporativa (CC).

O ponto de vista da diversificação categorizou a literatura demonstrando que os conceitos utilizados para abordar o relacionamento da empresa com a sociedade variaram com o passar dos anos, competindo entre si (BAKKER, GROENEWEGEN e HOND, 2005).

No contexto brasileiro, a origem da RSC é incerta tendo em vista que os estudos sobre o assunto são recentes em relação desenvolvidos no exterior.

Vários estudos já foram realizados com o intuito de mensurar a produção acadêmica sobre o tema em nível nacional, como observado nas pesquisas de Santos, Souza e Falkemback (2008), Moretti e Figueiredo (2007), Ferraz e Canopf (2007) e Freire, Santos, Souza e Rosseto (2008) que realizaram um estudo bibliográfico sobre a produção nacional e internacional a respeito da RSC da década de 1950 ao ano de 2007, o qual descreve a evolução histórica e conceitual do tema. No Brasil, Freire et al (2008) concluíram que os estudos ainda não haviam atingido o mesmo nível de quantidade e complexidade dos estudos internacionais, desta forma, enfatizam a necessidade de pesquisas nesta área que venham a testar os modelos teóricos existentes para averiguar a aplicabilidade e adequação ao contexto brasileiro e em diferentes áreas do conhecimento.

As primeiras discussões sobre responsabilidade social das empresas surgiram antes dos anos 70, tendo como protagonista a Carta de Princípios dos Dirigentes Cristãos de Empresas, publicada em 1965 pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil - ADCE (ASHLEY, 2003), cujo objetivo inicial era promover o debate sobre o balanço social. Alguns artigos, publicados na Revista de Administração de Empresas (RAE), demonstram que, embora não se explicitasse o termo responsabilidade social, o objetivo era discutir contextos sociais no fim da década de 60 para desenvolvimento da economia.

A partir dos trabalhos da ADCE, em 1987 surge o grupo denominado “Pensamento Nacional das Bases Empresariais” – PNBE – que tinha como propósito a socialização de ideias e a discussão sobre negócios, corrupção, desenvolvimento sustentável e outros temas relevantes. Outras organizações da sociedade civil incentivaram o debate da RSC, destacando-se a o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). (JAIME, 2005; COUTINHO, MACEDO-SOARES e SILVA, 2006).

No Brasil, cabe assinalar a rejeição ao termo filantropia, normalmente associado à caridade e assistencialismo. Ao se referir ao relacionamento empresa-comunidade, o Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (IPEA) utiliza o termo “ação social das empresas” com o conceito abrangente que engloba qualquer atividade que as empresas promovem para atender às comunidades, quer seja por meio de pequenas doações eventuais ou de projetos estruturados. Por sua vez, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) utiliza o termo “investimento social privado” com o sentido restrito aos recursos da empresa que são aplicados na comunidade de forma planejada e monitorada.

O Instituto Ethos define Responsabilidade Social Corporativa como

a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (ETHOS, 2013).

Quanto ao termo Cidadania Empresarial, constata-se que, ainda hoje no Brasil, não há consenso quanto ao seu significado, que às vezes aparece associado ao conceito de responsabilidade social corporativa (BNDES, 2000; MELO NETO E FROES, 2001) e, outras vezes, à ideia da ação social empresarial (TENÓRIO, 2004).

Na década de 2000, tem-se como marco as atualizações dos modelos teóricos e de desempenho social corporativo, com maiores detalhamentos. Cheibub e Locke (2002) acreditam não existir, em princípio, uma base moral e política para as organizações assumirem ações sociais que transponham suas obrigações legais. Na visão desses autores, a RSC é uma questão de auto-interesse das empresas. Tal interesse pode não ser imediato e deve depender das condições econômicas das organizações em poder contribuir para o fortalecimento da sociedade civil.

Na afirmação de Rodrigues (2005), o conceito fechado e atemporal da responsabilidade social das empresas é um processo em permanente construção, que vai mudando ao sabor das flutuações e da interação entre a organização e a sociedade em geral. O que talvez possamos fazer é buscar as noções da responsabilidade social corporativa contextualizadas em cada época.

Oliveira (2008) concorda ao afirmar que todas as tendências provenientes de movimentos da sociedade civil, governos e empresas aumentaram a responsabilidade social para as dimensões ética, social, econômica, política, havendo uma gradual incorporação de outras nas suas linhas de atuação.

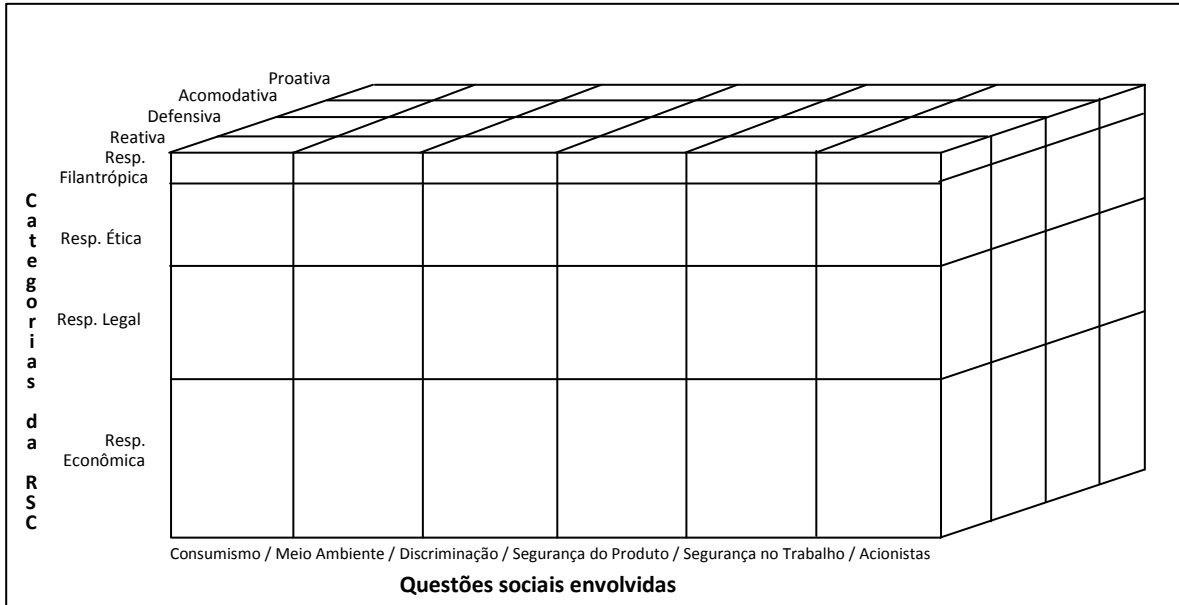
Modelos teóricos de avaliação da RSC

Considera-se que os modelos de avaliação da RSC são compostos de itens que examinam a responsabilidade social de uma organização. Todavia, cada modelo, leva em consideração distintos conjuntos de atributos. A seguir, serão apresentados os principais modelos e suas principais variáveis de mensuração.

Sethi (1975) sob a alegação de que as empresas devem empreender políticas e programas que diminuam os efeitos desfavoráveis das suas práticas, a fim de evitarem situações de crise e de protestos, criou categorias para classificar o comportamento das empresas, as quais denominou: obrigação social, responsabilidade social e responsividade social.

Pouco depois Carroll (1979) contribuiu para o avanço das discussões nesse campo, apresentou um modelo tridimensional, gerando a integração da responsabilidade social, da responsividade e das questões sociais, anteriormente apresentadas por Sethi (1975). Para o autor o desempenho social corporativo exige alguns critérios, tais como: a avaliação da responsabilidade social da empresa, a identificação das questões sociais e a escolha de uma maneira para responder a essas questões, de modo que, o modelo ilustrado na Figura 1, foi delineado levando-se em consideração as categorias de responsabilidade social, concebidas em quatro dimensões: econômica, legal, ética e filantrópica.

Figura 1 - Modelo de Carroll (1979)



Fonte: Carroll (1979, p. 503)

As questões sociais envolvidas, que dizem respeito ao consumismo, ao meio ambiente, à discriminação, à segurança dos produtos, à segurança no trabalho e aos acionistas, salientando que cada empresa deverá avaliar quais serão as suas; e, por último, a postura como a empresa responde às pressões sociais, que pode ser de maneira reativa, englobando as práticas que priorizam os benefícios econômicos em detrimento dos sociais; defensiva, a qual pressupõe que a empresa, embora sem concordar, irá praticar minimamente o que é exigido; acomodativa, em que a organização reconhece as necessidades sociais, porém desenvolve apenas o que é exigido por lei; e proativa, na qual a empresa se antecipa às questões sociais, prevenindo os impactos das suas ações.

Anos mais tarde, Wartick e Cochran (1985) apresentaram um modelo que se constituiu numa evolução do proposto por Carroll (1979), ampliando a integração tridimensional entre responsabilidade, responsividade e questões sociais, adicionando uma estrutura de princípios, processos e políticas, conforme retrata a figura 2.

Figura 2- Modelo de desempenho Wartick e Cochran (1985)

Princípios	Processos	Políticas
Responsabilidade social corporativa	Responsividade social corporativa	Gestão de questões sociais
(1) Econômica (2) Legal (3) Ética (4) Filantrópica	(1) Reativa (2) Defensiva (3) Acomodativa (4) Proativa	(1) Identificação de questões (2) Análise de questões (3) Desenvolvimento da resposta

Direcionado a:	Direcionado a:	Direcionado a:
(1) Contrato social dos negócios (2) Negócios como um agente moral	(1) Capacidade de responder às condições sociais de mudança (2) Abordagens gerenciais para gerenciamento de respostas	(1) Minimização de surpresas (2) Determinação de efetivas políticas sociais corporativas
Orientação filosófica	Orientação institucional	Orientação organizacional

Fonte: Wartick e Cochran (1985, p. 767)

A primeira dimensão do modelo (princípios) está voltada às questões conceituais e éticas da responsabilidade social, numa orientação filosófica. A segunda (processos), cuja orientação é institucional, está relacionada a uma abordagem de realização da responsabilidade social, ou seja, são os meios para alcance de fins satisfatórios das obrigações sociais. E a terceira (políticas), de nível organizacional, abrange o desenvolvimento de métodos para operacionalizar a dimensão anterior.

Na sequência Wood (1991) sugeriu um novo modelo, a partir dos já propostos por Carroll (1979) e Wartick e Cochran (1985), o qual resultou em um modelo bem mais amplo, que pode ser visualizado no Quadro 4.

Quadro 4 - Modelo de desempenho social corporativo

Princípios da responsabilidade social corporativa
Princípios institucionais: legitimidade Princípios organizacionais: responsabilidade pública Princípios individuais: discricção gerencial
Processos da responsabilidade social corporativa
Avaliação ambiental Gestão de <i>stakeholder</i> Gestão de questões sociais
Resultados do comportamento corporativo
Impactos sociais Programas sociais Políticas sociais

Fonte: Wood (1991, p. 694)

Sob o ponto de vista de Wood (1991), associou as categorias de responsabilidade social corporativa de Carroll (1979) (econômica, ética, legal e filantrópica), ao que chamou de princípios de RSC, constituídos por legitimidade, responsabilidade pública e discricção gerencial, tratados, respectivamente, nos níveis institucionais, organizacionais e individuais. A legitimidade refere-se à expectativa da sociedade em relação ao negócio; a responsabilidade pública indica que as empresas são responsáveis pelas suas atividades e pelas áreas de envolvimento com a sociedade; e a discricção gerencial simboliza que os gerentes são dotados de valores morais próprios e, para tanto, fazem suas escolhas pensando na responsabilidade social (WOOD, 1991).

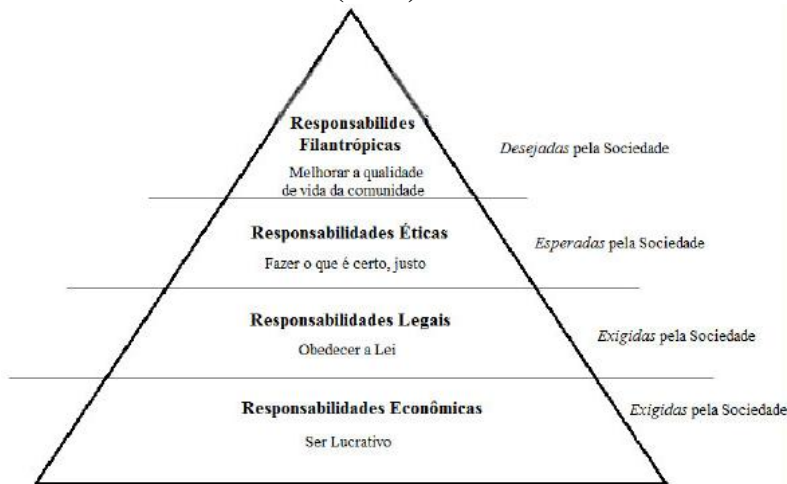
Em seguida, a autora identificou os processos de responsabilidade social como avaliação ambiental; sugerindo que as organizações devem levar em conta as mudanças ambientais e adaptar-se a elas; gestão de *stakeholder*, que trata do relacionamento entre as empresas e os seus públicos; e gestão de questões sociais, que envolve o monitoramento interno e externo para dar respostas às questões sociais da empresa. Nos modelos anteriores a responsabilidade

social era identificada como reativa, defensiva, acomodativa ou proativa (CARROLL, 1979) e como processos (WARTICK e COCHRAN, 1985).

E, por último, criou uma categoria denominada comportamento corporativo, a qual engloba os impactos sociais, que consiste no exame dos efeitos das ações da empresa na sociedade; os programas sociais, que visam a implantar a responsabilidade ou a responsividade social; e as políticas sociais, que orientam as questões sociais e o interesse dos *stakeholders*. Nos modelos anteriores essa categoria equivalia às questões sociais (CARROLL, 1979) e às políticas (WARTICK e COCHRAN, 1985).

Carroll (1991) propõem um novo modelo baseado no modelo feito em 1979. A avaliação da responsabilidade social de uma organização é realizada com base em quatro dimensões, representadas através de uma pirâmide, representada na figura 4. Responsabilidade econômica, legal, ética e discricionária ou filantrópica.

Figura 4 - Pirâmide de Carroll (1991)



Fonte: Adaptado de Carroll (1991)

A responsabilidade econômica refere-se aos resultados da empresa e é a base sobre a qual todas as demais se sustentam. Além disso, ela consiste na oferta de produtos e serviços aos consumidores, número de empregos gerados e retorno do investimento feito em estrutura física e de produção, divulgação da empresa e recompensas salariais. Já a responsabilidade legal implica as ações de obedecer às leis (federais, estaduais e municipais), cumprir obrigações trabalhistas e preservar a integridade física dos stakeholders, ações essas que representam a codificação do que a sociedade estabelece como certo e errado. Por outro lado, a responsabilidade ética de uma organização diz respeito à obrigação de realizar o que é certo, justo e razoável. Tem relação como o fato de a organização possuir e praticar um código de ética, preservar a integridade moral dos atores envolvidos, promover acesso às minorias e respeitar a individualidade e a particularidade dos stakeholders. Enfim, a dimensão da responsabilidade discricionária ou filantrópica, a qual geralmente é confundida com caridade, tem a ver como o fato de a empresa ser uma empresa cidadã, contribuir com recursos para a sociedade e melhorar a qualidade de vida da população. Está relacionada à promoção de ações de cunho social, as quais proporcionam o bem-estar social e qualidade de vida aos stakeholders, além de incentivar o voluntariado.

Cada um desses níveis abordados pelo modelo de Carroll (1991) pressupõe um conjunto de ações e de procedimentos, os quais a empresa deve levar em consideração, sendo as questões do domínio econômico e legal exigidas pela sociedade, as do domínio ético

esperadas e as do filantrópico desejadas. O quadro 5 demonstra as declarações que norteiam a tomada de decisão empresarial nesse aspecto.

Quadro 5 - Componentes da responsabilidade social corporativa

Componentes	Declarações que caracterizam os componentes da RSC
Responsabilidade Econômica	<ol style="list-style-type: none"> 1. É importante que a empresa atue com o objetivo de maximizar os ganhos de todos os envolvidos. 2. É importante que a empresa objetive ser tão lucrativa quanto possível. 3. É importante que a empresa mantenha uma boa posição competitiva. 4. É importante que a empresa mantenha um alto nível de eficiência operacional. 5. É importante que a empresa seja bem-sucedida, pois, dessa forma, será constantemente lucrativa.
Responsabilidade Legal	<ol style="list-style-type: none"> 1. É importante que a empresa desempenhe suas atividades de forma alinhada às expectativas do governo e das leis. 2. É importante que as atividades da empresa ocorram em concordância com os vários regulamentos federais, estaduais e locais. 3. É importante que a empresa seja uma cidadã corporativa obediente às leis. 4. É importante que a empresa seja definida como bem-sucedida porque cumpre com as suas obrigações legais. 5. É importante que a empresa forneça bens e serviços que obedeçam aos requisitos legais mínimos.
Responsabilidade Ética	<ol style="list-style-type: none"> 1. É importante que a empresa apresente respostas consistentes às expectativas da sociedade no que se refere às normas morais e éticas. 2. É importante que a empresa reconheça e respeite as novas normas morais e éticas adotadas pela sociedade. 3. É importante que a empresa considere as normas éticas da sociedade quando delimitar suas metas corporativas. 4. É importante que a sociedade corporativa seja bem definida, promovendo ações calcadas naquilo que é moralmente ou eticamente esperado. 5. É importante que a empresa garanta a integridade corporativa a partir da aceitação das normas éticas, sendo essa uma atitude que deve ir além do cumprimento das leis e dos regulamentos.
Responsabilidade Filantrópica	<ol style="list-style-type: none"> 1. É importante que as empresas apresentem respostas consistentes em relação às expectativas filantrópicas da sociedade. 2. É importante que a empresa colabore com o desenvolvimento das artes. 3. É importante que os gerentes e os empregados participem de atividades voluntárias dentro de suas comunidades locais. 4. É importante que a empresa ajude instituições educacionais privadas ou públicas. 5. É importante que a empresa ajude voluntariamente aqueles projetos que contribuem para a qualidade de vida da comunidade.

Fonte: Carroll (1991)

Quazi e O'Brien (2000) preconizam que a responsabilidade social das empresas pode ser classificada como ampla ou restrita mediante a análise das atividades que a mesma exerce. As visões contempladas no conceito, em paralelo com os parâmetros de análise do resultado das ações sociais, servem de mediadores do posicionamento da organização quanto a dimensão em que esta se encontra.

Pereira e Campos Filho (2006) identificaram os modelos existentes e posteriormente realizaram comparação entre o Modelo Dimensional das Responsabilidades Corporativas (ENDERLE; TAVIS, 1998), o Modelo Bidimensional da Responsabilidade Social Corporativa (QUAZI; O'BRIEN, 2000), o Modelo da Performance Social (WOOD, 1991) e o Modelo Pirâmide da Responsabilidade Social (CARROLL, 1979;1991). A seleção dos modelos se deu com base na sua representatividade em publicações nacionais e internacionais. Os resultados apontam que os conceitos ainda divergem em determinados aspectos devido às situações econômica e social em meio às quais foram concebidos.

As principais semelhanças encontram-se na convergência entre as dimensões econômica e legal de Carroll (1979,1991) e econômica de Enderle e Tavis (1998) e a visão clássica defendida por Quazi e O'Brien (2000). Na sequência, estabelece-se convergência também entre o modelo proposto por Wood (1991), a dimensão social de Enderle e Tavis (1998) e a visão sócio-econômica defendida por Quazi e O'Brien (2000). A dimensão ética proposta por Carroll (1979, 1991) possui semelhanças com a dimensão ambiental de Enderle e Tavis (1998) e com a visão moderna apresentada por Quazi e O'Brien (2000). Finalmente, a dimensão discricionária do modelo de Carroll (1979, 1991) converge com a visão filantrópica preconizada por Quazi e O'Brien (2000).

A evolução lógica do conceito de responsabilidade social, mediante o surgimento das correntes teóricas, incentivou a construção dos modelos conceituais, visando determinar uma ferramenta habilitada a identificar o posicionamento empresas diante da sociedade, bem como o desempenho das ações sociais empreendidas por estas. Portanto, os modelos conceituais da RSC representam uma configuração dos conceitos relacionados ao tema, que em função de sua diversidade têm sido formatados a fim de se obter estruturas conceituais analíticas e abrangentes. (PEREIRA E CAMPOS FILHO, 2006).

Responsabilidade Social Universitária – conceitos e evolução

A partir do fenômeno da RSC surgem as primeiras discussões de Responsabilidade Social Universitária (RSU). Conforme explica Ribeiro (2013a): o conceito de “responsabilidade social universitária” nasce do conceito de “responsabilidade social corporativo,” percebido como o exercício da cidadania nos setores organizacionais. E conclui dizendo que: “RSU trata de dar uma ressignificação à função social e às tradições de serviço social, que, certamente, representam formas concretas de levar à sociedade a essa responsabilidade” (RIBEIRO, 2013b, p.33).

Para Calderón, Pedro e Vargas (2011) Responsabilidade Social Universitária (RSU) e Responsabilidade Social da Educação Superior (RSCS) não têm origens históricas no panorama universitário brasileiro. O termo mais comum quando se discute o papel social ou a função social da universidade brasileira, historicamente, é compromisso social.

No entanto a discussão do papel da Universidade vem evoluindo e ocupando lugar na sociedade e na própria universidade como instituição social. No Brasil, a Universidade surgiu com características bem peculiares, Souza et al. (2013, p.3) comentam:

primeiramente, solidificou-se em escolas superiores isoladas com orientação, sobretudo voltada para a preparação profissional naquelas áreas mais tradicionais que as elites emergentes do país requisitavam. [...] Atualmente, exige-se da instituição universitária a formação de recursos humanos de alto nível de qualificação que proporcione uma educação que prepare para o pleno exercício da cidadania, que contribua para o avanço do conhecimento científico e tecnológico, que a sua atividade de pesquisa esteja relacionada com a resolução de problemas e de demandas da comunidade na qual está inserida e alinhada a um modelo de desenvolvimento que privilegia, além do crescimento da economia, a promoção da qualidade de vida.

A universidade é uma instituição que teoricamente tem por missão transmitir e produzir novos conhecimentos por meio de três atividades fundamentais: ensino, pesquisa e extensão. Porém, no cenário nacional, o foco no contexto social da educação no ensino superior vem passando por profundas mudanças desde a institucionalização do mercado universitário, que se caracteriza pela acirrada concorrência entre as instituições para atrair clientes-consumidores (CALDERÓN, 2006).

Para Calderón (2006), a responsabilidade social universitária diz respeito aos deveres que a universidade tem para com a sociedade que a financia, principalmente na procura de soluções para os principais problemas sociais, a necessidade de uma melhor distribuição de renda e à criação de mecanismos de promoção social de setores historicamente marginalizados. Apesar de acreditar na responsabilidade social universitária como um compromisso firmado onde estão, de um lado, a universidade e, de outro lado, a sociedade, o autor reconhece que este fenômeno ficou em evidência a partir das tendências delineadas pelas estratégias de marketing das instituições de ensino superior do setor privado, uma consequência direta da expansão da responsabilidade social empresarial e do Terceiro Setor. Sua crítica remete para o modelo de formação do capital humano na universidade, a partir de uma lógica mercantilista, porque este conceito se enquadra na lógica neoliberal e, portanto, responde a interesses de um projeto de sociedade capitalista.

CONCLUSÃO

No que diz respeito as visões sobre os modelos de RSC abordados neste estudo, pode-se observar na proposta de Carroll (1991) um modelo condizente com o panorama atual, onde se observa a necessidade de grande interação de empresas e *stakeholders*, com a RSC a interação *multistakeholder* permite com que ocorra maior alcance das políticas de RSC e pode vir a fomentar um alinhamento entre os objetivos econômicos e sociais da universidade.

Na opinião do autor deste estudo, a contribuição teórica deste estudo é repensar a RSU tal como é vista hoje, é necessário para que o mercado busque aliar benefícios econômicos aos sociais, a RSU deve ser holística e pensada juntamente com os diversos *stakeholders*, para que efetivamente, em conjunto, universidades, seus fornecedores, alunos, docentes, funcionários, governos e outros envolvidos se aliem e resolvam efetivamente questões desafiadoras para a sociedade, como melhoria da educação, salários justos, melhorar a competitividade de mercado profissional, entre outros. O pensamento conjunto poderia vir a fomentar a escala e publicidade necessárias para que efetivamente o mercado tenha condições de transformar realidades sociais. Espera-se também que a ótica economicista que permeia a mente do empresariado seja gradualmente atualizada de forma a incorporar as temáticas abordadas neste estudo.

Para pesquisas futuras sugere-se a aplicação da RSU nas universidades comunitárias, a partir do que desenvolvem do que é exigido legalmente.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. Ética e responsabilidade social nos negócios. São Paulo: Saraiva, 2003.

AUPPERLE, K. E., CARROLL, A. B., HATFIELD, J. D, (1985) “An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability”, **Academy of Management Journal**, Vol. 28, N.º 2, p. 446- 463

BAKKER, F. G. A.; GROENEWEGEN, P.; HOND, F. A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. **Business and Society**, v. 44, n. 3, p. 283-317, sept. 2005.

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Empresas, Responsabilidade Corporativa e Investimento Social. Relato Setorial nº 1, Março / 2000.

- CALDERÓN, A.I.; PEDRO, R.F.; VARGAS, M.C. Responsabilidade social da Educação Superior: a metamorfose do discurso da UNESCO em foco. **Interface – Comunic., Saúde, Educ.**, v.15, n.39, p.1185-98, out./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832011000400017&lng=pt&nrm=em>> Acesso em: 05 mar. 2016.
- CARROLL, A. B.. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. **Business and Society**, v.38, n.3, p.268-295, 1999.
- CARROLL, A. B.; SHABANA, K. M. The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice. **International Journal of Management Reviews**, 2010.
- CARROLL, A. three-dimensional conceptual model of corporate social performance. **Academy of Management Review**. v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.
- CHEIBUB, Zairo B. e LOCKE, Richard M. Valores ou Interesses? Reflexões sobre a Responsabilidade Social das Empresas. In KIRSCHNER, GOMES E CAPPELLIN (Orgs.). Empresa, empresários e Globalização. Rio de Janeiro: FAPERJ e Relume Dumará, 2002.
- COCHRAN, P. L., WOOD, R. A. (1984), “Corporate social responsibility and financial performance”,
- COUTINHO, R.; MACEDO-SOARES, T.; SILVA, J. Projetos sociais de empresas no Brasil: arcabouço conceitual para pesquisas empíricas e análises gerenciais. *Revista de Administração Pública (RAP)*. Rio de Janeiro, v.40, n.5, p.763-787, 2006.
- DE BENEDICTO, S. C. A Responsabilidade Social das Empresas: uma relação estreita com a educação. Lavras, UFLA/DED, 2002. 199 p. (Monografia de Especialização em Educação).
- DRUCKER, Peter F. Converting Social Problems into Business Opportunities: The New Meaning of Corporate Social Responsibility. **California Management Review**. Berkeley. Edição do Inverno, 1984.
- FREEMAN, R. E.. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.
- FREIRE, R. SANTOS, S. R. O.; SOUZA, M. J. B.; ROSSETO, C. R. Responsabilidade social corporativa: evolução da produção científica. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELENCIA EM GESTÃO. 4., 2008. Niterói (RJ). **Anais...** . Niterói: CNEG, 2008.
- FRIEDMAN, M. Milton Friedman responds. **Business and Society Review**, Spring, Issue 1, 1972.
- IBGC. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa. 4. ed. São Paulo, SP: IBGC, 2009a. p. 73.
- INSTITUTO ETHOS, Glossário de indicadores, Setembro de 2013. Disponível em <<<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Gloss%C3%A1rio-Indicadores-Ethos-V2013-09-022.pdf>>>. Acesso em 01 Mar. 2016.
- JAIME, P. O empresariado e questão social: apontamentos para a interpretação de um novo associativismo empresarial no Brasil. *Revista de Administração Pública (RAP)*. Rio de Janeiro, v.39, n.4, p.939-78, 2005.
- JONES, M. T. Missing the forest for the trees: a critique of the corporate social responsibility discouRSC. *Business and Society*, vol. 35, p. 7-41, 1996.

KLEIN, J. The Open-Door Policy: Transparency Minimizes Conflicts Between School Principals and Staff. *International Journal of Educational Management*, v. 26, n. 6, p. 550-564, 2012. Disponível em <<<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09513541211251389>>>. Acesso em 24 abr. 2016.

LENNAN, M. L. F. M.; SEMENSATO, B. I.; OLIVA, F. L. Responsabilidade Social Empresarial: classificação das Instituições de Ensino Superior em Reativas ou Estratégicas sob A Ótica da Governança Corporativa. **Revista de Gestão**, v. 22, n. 4, p. 457-472, 2015.

MELO NETO, F. P. e FROES, C. Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial – A Administração do Terceiro Setor. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark. 2ª Edição. 2001.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. **Empresas na Sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PEREIRA, W.; CAMPOS FILHO, L. Configuração dos elementos da responsabilidade social corporativa através da proposição de um modelo conceitual integrado. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, XXXI EnANPAD, 2007, Rio de Janeiro. Anais...* Rio de Janeiro: EnANPAD, 2007.

PICCOLI, P. G. R.; SOUZA, W. V.; SOUZA, A.; CORSO, J. M. A Influência da Adoção de Práticas de Governança Corporativa na Valorização das Ações de Companhias Listadas na Bovespa. *Perspectivas Contemporâneas*, v. 7, n. 2, p. 98-119, 2012.

QUAZI, A.; O'BRIEN, D. An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility. **Journal of Business Ethics**, Netherlands: Kluwer Academic Publishers, v. 25, p. 33-51, 2000.

RIBEIRO, R. M. C.. A extensão universitária como indicativo de responsabilidade social. **Revista Diálogos**, v. 15, p. 81-88, 2012.

RICART, J. E.; RODRIGUEZ, M. A.; SANCHEZ, P. Sustainability in the Boardroom – an Empirical Investigation of Dow Jones Sustainability World Index Leaders. *Corporate Governance*, v. 5, n. 3, p. 24-41, 2005.

RODRIGUES, M.C.P. Ação Social das Empresas Privadas: Como avaliar resultados?: a metodologia EP ASE. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

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

SETHI, S.P. A conceptual framework for environmental analysis of social issues and evaluation of business response patterns. *The Academy of Management Review*. Briarcliff Manor, v.4, n.1, p. 63-74, jan.1979.

SOUSA JR., A. F.; BORTOLOTTI, S. L. V.; PINHO, J. C. C.; BILICH, F. Responsabilidade Social nas IES brasileiras: modelagem de um Instrumento de medida de avaliação por meio da Teoria da Resposta ao Item. **XIII Coloquio de Gestión Universitaria em Américas Rendimientos académicos y 118**sociedad social de la Universidad. Disponível em: <<<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/114874>>> Acesso em: 07 mar. 2016.

SPITZECK, H.; HANSEN, E. G. Stakeholder Governance: How Stakeholders Influence Corporate Decision Making. *Corporate Governance*, v. 10, n. 4, p. 378-391, 2010. Disponível em <<<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/14720701011069623>>>. Acesso em 20 abr 2016.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. Responsabilidade social empresarial: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

VISSER, W. **The evolution and revolution of Corporate Social Responsibility**. In: POHL, M; TOLHURST, N. *Responsible Business: How to manage a CSR Strategy Successfully*. Wiley, 2010.

WARTICK, S. L.; COCHRAN, P. L. The evolution of the corporate social performance model. *Academy of Management Review*, v.10, p.758-769, 1985.

WARTICK, S.L.; COCHRAN, P.L. (1985), "The Evolution of Corporate Social Performance

WOOD, D. J.. Corporate Social Performance Revisited. **Academy of Management Review**, v.16, n.4, p.691-718, 1991.