

## Área Temática: Gestão socioambiental

### Reflexões sobre Algumas Iniciativas para Disseminar as Práticas da Responsabilidade Social no Brasil

#### AUTORES

##### DENISE CARNEIRO DOS REIS BERNARDO

Universidade Federal de São João Del Rei  
denisecarneiroprof@yahoo.com.br

##### JOÃO PAULO DE BRITO NASCIMENTO

Universidade Federal de Lavras  
joaopaulo\_de\_brito@yahoo.com.br

##### CÁSSIO AFONSO MEDEIROS LANA

Universidade Federal de São João Del Rei  
cassio.lana@yahoo.com.br

##### MARÍLIA PAULA DOS REIS TEIXEIRA

Universidade Federal de Lavras  
marilia0203@yahoo.com.br

#### Resumo

O objetivo desse trabalho é apresentar algumas reflexões sobre a evolução das discussões acerca da problemática da Responsabilidade Social das Empresas no Brasil. No intuito de cumprir esse objetivo, o artigo apresenta, em um primeiro momento os períodos de formulação do conceito de responsabilidade social, tendo por esteio os trabalhos desenvolvidos por Carrol (1999), Cochran e Wartick (1985), O'Brien e Quazi, (2000) e Sethi (1975). Em seguida, foram expostas algumas conceituações a partir dos trabalhos de Ashley (2005), Carroll (1991, 1998), Ferrell et al. (2001), Friedman (1962), Froes e Melo Neto (1999), Garcia (2004), Oliveira (2008) e Srour (2000). E por último resgatam-se as iniciativas surgidas nos últimos anos com o intuito de incentivar as empresas na adoção dos preceitos da Responsabilidade Social. Foi dado um enfoque especial às iniciativas brasileiras.

#### Abstract

The aim of this paper is to present some reflections on the progress of discussions about Corporate Social Responsibility in Brazil. In order to accomplish this goal, the article presents at first periods of formulating the concept of social responsibility, with the mainstay of the works developed by Carroll (1999), Cochran and Wartick (1985), Quazi and O'Brien, (2000) and Sethi (1975). Then, some concepts from teh works of Ashley (2005), Carroll (1991, 1998), Ferrell et al. (2001), Friedman (1962), Froes and Melo Neto (1999), Garcia (2004), Oliveira (2008) and Srour (2000) are exposed. Finally, the article rescues the inititives that have emerged in recent years in order to encourage companies to adopt the precepts of social responsibility. Special focus on Brazilian initiatives is seen throughout this work.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social Empresarial; Norma Brasileira de Responsabilidade Social (ABNT NBR 16001); Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

## 1. INTRODUÇÃO

As discussões sobre o papel social das empresas remontam, de acordo com a literatura, ao início do século XX (BORGER, 2001; DIAS; DUARTE, 1985; OLIVEIRA, 2008; TENÓRIO, 2006). Esses questionamentos intensificaram-se a partir de 1960, quando a sociedade civil norte-americana iniciou um movimento de boicote, a aquisição de produtos e ações das empresas que apoiavam a guerra do Vietnã (TINOCO, 1984). Na Europa a sociedade civil também se manifestou exigindo das empresas uma postura mais ética na realização dos negócios como, por exemplo, o movimento estudantil de 1968 na França (DIAS; DUARTE, 1985; TINOCO 2001).

Nesse contexto, a realização de ações sociais pelas empresas voltadas para a comunidade e conseqüentemente, a divulgação dessas ações por meio de relatórios ganhou destaque e tornou-se lei em diversos países europeus. Surgem, então, os primeiros estudos voltados para a formulação do conceito de responsabilidade social.

Atualmente, pode-se dizer que, para as empresas de grande porte, atrelado às atividades fins da organização, o engajamento em ações de responsabilidade social é uma condição *sine qua non* para a realização de negócios. Segundo Kassai (2002, p. 6) “para perpetuar-se, além de cumprir sua missão e buscar o lucro, ou atender a seus objetivos econômicos, a empresa precisa responder aos anseios do ambiente no qual está inserida, ou aos objetivos sociais”.

No Brasil, o termo responsabilidade social ganhou visibilidade na mídia no final da década de 1990, quando também começou a ser incorporado no vocabulário corporativo no país. Um marco na projeção da responsabilidade social no Brasil ocorreu em 1997. Nesse ano, o sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”, representando o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), em parceria com outras organizações, lançou uma campanha para a divulgação anual do relatório de responsabilidade social, o balanço social (SUCUPIRA, 2009). Desde então, têm surgido diversas iniciativas com o intuito de estimular as empresas na adoção dos preceitos da responsabilidade social.

Nesse, sentido esse trabalho apresenta algumas reflexões sobre algumas dessas iniciativas surgidas nos últimos anos no intuito de disseminar as práticas de responsabilidade social no Brasil.

## 2. FORMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA E OBJETIVO

O problema de investigação está centrado na seguinte questão: Quais as iniciativas surgidas os últimos anos com o propósito de disseminar as práticas de responsabilidade social das empresas no Brasil?

O objetivo deste artigo é investigar, analisar e propor reflexões sobre as iniciativas de maior projeção nacional.

## 3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 3.1. Uma breve contextualização histórica das discussões em torno da Responsabilidade Social da Empresa

(. . .) all business in a democratic society begins with public permission and exists by public approval.  
(PAGE apud FITZPATRICK, 2000, p. 292).

Um marco no estudo da responsabilidade social foi a publicação do livro *Social Responsibilities of the Businessman* de autoria de Howard Bowen, em 1953 nos Estados Unidos:

Segundo Howard Bowen, cuja obra é um marco no campo da Responsabilidade Social da Empresa, as primeiras manifestações desta idéia surgiram no início do século, em trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916). Tais idéias, porém, não tiveram maior aceitação nos meios acadêmicos e empresariais, onde deviam soar - considerando a época - como heresias socialistas (DIAS; DUARTE, 1985, p. 41).

Pode-se considerar que os estudos voltados para a formulação do conceito de responsabilidade social empresarial tiveram três importantes marcos. O primeiro, que corresponde até a primeira metade da década de 1960, trata a responsabilidade social da empresa com enfoque meramente econômico. No segundo marco, que inicia também na década de 1960 e engloba a década seguinte, surgem diálogos de que a empresa possui uma responsabilidade pública, ou seja, além de gerar lucro, empregos e cumprir com as obrigações jurídicas, há a responsabilidade com o bem estar da comunidade. E, por fim, o terceiro marco compreende os estudos formulados entre 1970 e 1990, que estendem ao conceito de responsabilidade social empresarial, elaborado a partir de 1965 o compromisso da empresa também com o bem estar do seu público interno (CARROL, 1999; COCHRAN; WARTICK, 1985).

Os trabalhos desenvolvidos por Sethi (1975), O'Brien e Quazi (2000) auxiliam na compreensão desses períodos de formulação do conceito de responsabilidade social descritos por Carrol (1999), Cochran e Wartick (1985).

De acordo com Sethi (1975 apud DIAS; DUARTE, 1985), há três estágios do comportamento empresarial: o estágio da obrigação social (prescritiva), o estágio da responsabilidade social (normativa) e o estágio da responsividade ou resposta social (antecipatória e preventiva). Charnov e Montana (1998), Donnelly et al. (2000 apud LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003), também realizaram estudos na mesma linha, destacando a diferença entre a ausência de responsabilidade social, exceto da exigida por lei e a adoção de uma postura socialmente responsável mais ampla, criando três níveis de abordagem da responsabilidade social conforme representado na Figura 1.

**Figura 1 - As três abordagens da responsabilidade social**



Fonte: Adaptado de Donnelly, Gibson e Ivancevich (2000), baseados em Charnov e Montana (1998 apud LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003, p. 89)

No círculo menor da Figura 1, situa-se a abordagem da obrigação social. De acordo com essa perspectiva, a empresa cumpriu as suas obrigações sociais ao criar bens e serviços em troca de lucro e dentro dos limites legais (DONNELLY et al., 2000 apud LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

O círculo do meio representa a abordagem da reação social. Segundo essa abordagem as empresas assumem uma posição reativa quando pressionadas por certos grupos sociais como sindicatos, ativistas sociais, consumidores, dentre outros. Essa posição demonstra o

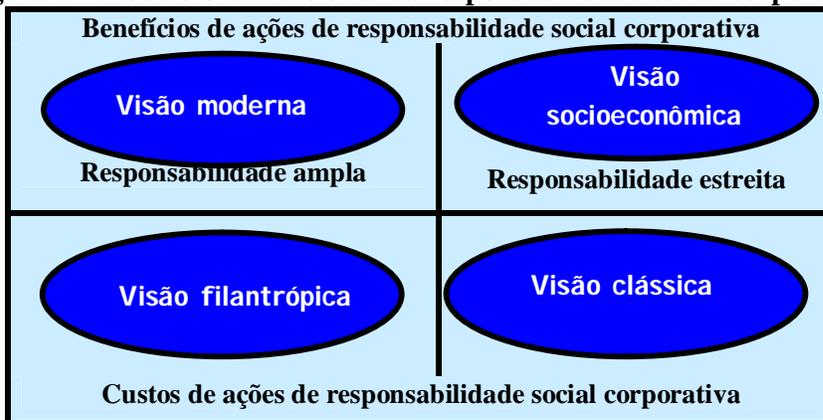
reconhecimento, por parte do empresariado de que as organizações dependem da aceitação da sociedade para existirem e que ignorar os problemas sociais pode ser prejudicial à imagem da organização (DONNELLY et al., 2000 *apud* LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

O círculo maior representa a abordagem da sensibilidade social, ou seja, um comportamento antecipador e preventivo. Nessa abordagem, problemas futuros são previstos e ações são tomadas para evitá-los ou minimizar seus reflexos (DONNELLY et al., 2000 *apud* LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003).

Traçando relações entre as abordagens desenvolvidas por Sethi (1975) e os estudos de Carrol (1999), Cochran e Wartick (1985) observa-se que, até a primeira metade da década de 1960, o comportamento empresarial pode ser classificado no estágio da obrigação social (prescritiva), de acordo com o qual, a empresa socialmente responsável era aquela que buscava o lucro dentro dos limites legais. O segundo e o terceiro marco, a partir de 1965 possuem as características do estágio da responsabilidade social (normativa), visto que surgem diálogos de que, além da geração de lucro, bens e serviços, a empresa possui responsabilidade tanto com seu público interno quanto externo, conforme os trabalhos citados anteriormente. Quanto ao estágio da sensibilidade social, acredita-se que este ainda encontra-se em construção.

Outro estudo que complementa e pode auxiliar no esclarecimento dos períodos de construção do conceito de responsabilidade social é o de O'Brien e Quazi (2000). Esses autores propuseram um modelo de duas dimensões para demonstrar as abordagens existentes no tocante aos estágios de responsabilidade social de uma empresa, ilustrado na Figura 2.

**Figura 2 - Modelo bidimensional da responsabilidade social corporativa**



Fonte: O'Brien e Quazi (2000)

Neste modelo, O'Brien e Quazi (2000) apresentam duas dimensões para a responsabilidade social. A primeira, a responsabilidade ampla, compreende as atividades de negócios que vão além da responsabilidade econômica da empresa. E a segunda, a responsabilidade estreita, na qual o objetivo da empresa é basicamente a maximização do lucro.

A “responsabilidade ampla” se desdobra em duas visões: a “visão moderna”, onde as ações de responsabilidade social poderiam trazer benefícios para a empresa em longo prazo. E a outra, denominada “visão filantrópica”, de acordo com a qual as ações de responsabilidade social devem ser realizadas, mesmo que essas não tragam retornos para a empresa.

A “responsabilidade estreita” se desdobra também em duas visões. A primeira é a “visão socioeconômica”, que considera a função-objetivo da empresa a maximização do lucro. Entretanto, as práticas de responsabilidade social podem ajudar nessa missão. E a

segunda, a “visão clássica”, segundo a qual as ações de responsabilidade social não geram valor para a empresa, sendo assim, não devem ser adotadas.

Deve-se notar que, a convergência a favor da responsabilidade social se dá entre as visões chamadas “moderna” e “socioeconômica”, segundo as quais, as ações de responsabilidade social estariam gerando valor para a empresa. Isso porque, na opinião de O’Brien e Quazi (2000) existiria um nível de investimento em ações de responsabilidade social que maximizaria os lucros, ao mesmo tempo em que estaria satisfazendo algumas demandas por atividades de cunho social dos múltiplos *stakeholders*. O nível ideal de investimentos em responsabilidade social seria determinado por uma análise de custo-benefício.

Por fim, acrescentando os estudos de O’Brien e Quazi (2000) as relações traçadas entre as abordagens desenvolvidas por Sethi (1975) e os estudos de Carrol (1999), Cochran eWartick (1985) percebe-se que, até meados de 1965, as características das vertentes, filantrópica e clássica, tratadas por O’Brien e Quazi (2000), bem como, os aspectos de estágio da obrigação social, definidos por Sethi (1975) caracterizam esse período.

Já os preceitos da visão moderna e socioeconômica do modelo desenvolvido por O’Brien e Quazi (2000) e o estágio da responsabilidade social (normativa) definida por Sethi (1975) caracterizam as ações de responsabilidade social, desenvolvidas a partir de 1965, como, por exemplo, o reconhecimento de que a missão da empresa ultrapassa a obtenção do lucro e inclui questões sociais.

### 3.2. Em busca de definições para Responsabilidade Social Empresarial

Segundo Srour (2000) a responsabilidade social pode ser definida como uma tentativa de compatibilizar os interesses e exigências das organizações e dos seus diversos *stakeholders*, remetendo a uma cidadania organizacional, no que concerne ao âmbito interno da empresa e, no âmbito externo, à implementação de direitos sociais. De acordo com a ótica de Ferrell et al. (2001) a responsabilidade social seria uma espécie de obrigação que a empresa assume junto à sociedade, com a finalidade de maximizar os efeitos positivos e minimizar os impactos negativos gerados por ela. Froes e Melo Neto (1999) corroboram tanto com a definição de Srour (2000), como de Ferrell et al. (2001) ao conceituarem que, a responsabilidade social de uma empresa consiste na participação da mesma em ações diretamente relacionadas à comunidade, sem descuidar dos interesses dos *stakeholders* internos e buscando minorar as externalidades negativas decorrentes de suas atividades.

Uma das tentativas de definição do conceito foi proposta por Carroll (1991), que aponta quatro fases ou dimensões para a responsabilidade social: econômica, legal, ética e filantrópica. Posteriormente, Carroll (1998), ao rever as quatro fases ou dimensões da responsabilidade social, ressaltou que elas são intimamente relacionadas, embora estejam frequentemente em conflito umas com as outras. Ainda assim, cada uma dessas dimensões não existe separadamente e o conjunto delas significa a adoção da responsabilidade social.

Traçando uma evolução dos estudos sobre responsabilidade social empresarial, observa-se que, partindo de uma visão econômica clássica tão amplamente divulgada por Friedman (1962), de que a empresa socialmente responsável é aquela que responde exclusivamente às expectativas de seus acionistas<sup>1</sup>, passando pela visão daqueles que vêm

<sup>1</sup> Nesse sentido Oliveira (2008, p. 69) expõe que:

(...) por que uma empresa que segue a legislação rigorosamente não poderia ser considerada socialmente responsável? Ela não estaria cumprindo seu papel de cidadã pagando seus impostos e seguindo as legislações trabalhista e ambiental? Não há nenhum argumento plausível para negar que uma empresa cumpridora de suas obrigações pudesse ser considerada socialmente responsável. Entretanto, o reverso é

as ações de responsabilidade social empresarial como uma medida que esvazia a figura do Estado como regulador das questões sociais; ou mesmo como um recurso de marketing, chega-se à conclusão de que a empresa socialmente responsável é aquela capaz de lidar com as expectativas dos diversos *stakeholders*, atuais e futuros, “na visão mais radical de sociedade sustentável” (ASHLEY, 2005, p. 47; GARCIA, 2004).

Enfim, mesmo após os esforços para se compreender a definição da responsabilidade social corrobora-se com as reflexões apresentadas por Oliveira (2008, p. 71):

(...) não há uma definição unânime de responsabilidade social. Porém, alguns modelos mais clássicos têm aparecido nos debates da literatura nos últimos anos. Esses modelos assumem que existem responsabilidades sociais da empresa que vão além da pura responsabilidade econômica de maximizar o lucro ou retorno para os acionistas, como propôs Milton Friedman. Incluem, além das questões legais, questões sociais, ambientais e éticas relacionadas aos diversos *stakeholders* que influenciam ou são influenciados pela empresa.

Ressalta-se, ainda, que há quatro abordagens conceituais para a análise e estudo da responsabilidade social. A primeira, a abordagem da ética empresarial, analisa as ações de responsabilidade social a partir dos conceitos filosóficos da ética. A segunda, a abordagem da gestão social, centra-se no estudo das ações sociais desenvolvidas pela empresa. Já a abordagem dos recursos ambientais trata das reflexões sobre a relação empresa e meio ambiente. E a quarta abordagem, “empresa e sociedade” considera a empresa como parte da sociedade e, nesse contexto, procura compreender as relações que se estabelecem nos meandros desse laço (OLIVEIRA, 2008). Esta última abordagem norteou o presente trabalho.

#### **4. METODOLOGIA**

Visto que o objetivo deste trabalho foi investigar, analisar e propor reflexões sobre as iniciativas de maior projeção nacional no intuito de disseminar as práticas da responsabilidade social no Brasil, considera-se que esta pesquisa possui caráter exploratório, pois, conforme Gil (1991), as pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

Segundo Malhotra (2001), o principal objetivo da pesquisa exploratória é promover a compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador. A pesquisa exploratória é utilizada em acontecimentos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão, identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais antes que se possa desenvolver uma abordagem.

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias externas, teve como principais fontes as publicações em livros, teses, monografias e internet utilizadas no momento inicial, para identificar a relevância da pesquisa e os trabalhos publicados sobre o tema (MALHOTRA, 2001).

#### **5. DISCUSSÕES**

##### **5.1. A problemática da Responsabilidade Social no Brasil**

Nos últimos anos diversas iniciativas surgiram com o propósito de incentivar as empresas na adoção dos preceitos da responsabilidade social. As Organizações das Nações

---

verdadeiro, ou seja, uma empresa que não cumpre com a legislação não pode ser considerada socialmente responsável.

Unidas (ONU), por exemplo, criaram em 1999 o Pacto Global, uma rede voluntária internacional de cidadania corporativa. Essa rede atua no intuito de conseguir o apoio das empresas e da sociedade civil para auxiliar na criação de uma estrutura social e ambiental, que assegure a continuação de mercados livres e aberto. A plataforma propõe o diálogo e transparência em todos os atos de gestão, adotando princípios relacionados aos direitos humanos, de trabalho e de meio ambiente (ARAGÃO; KARKOTLI, 2004; OLIVEIRA, 2008; UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT, 2008).

O *Global Reporting Initiative* (GRI) surgiu em 1997 e tem por objetivo tentar harmonizar e integrar as diversas questões relativas à responsabilidade social empresarial como códigos de conduta, sistemas de gestão, padrões de desempenho e convenções internacionais. O GRI difunde a importância de publicar balanços sociais em um modelo único, permitindo assim, comparações e análises (OLIVEIRA, 2008).

Já a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), uma organização que congrega praticamente todos os países desenvolvidos, criou as diretrizes de responsabilidade social para empresas multinacionais (OLIVEIRA, 2008).

Destaca-se, também, a existência de normas de gestão ambiental (série ISO 14000/14001) e os trabalhos de certificação e conscientização para gestão sustentável, de florestas do *Forest Stewardship Council* (FSC) ou Conselho de Proteção das Florestas representada no Brasil pelo Conselho Brasileiro de Manejo Florestal e o Programa Brasileiro de Certificação Florestal (OLIVEIRA, 2008).

Nesse trabalho, o foco recairá sobre duas iniciativas brasileiras. Primeiramente, será apresentada a Norma Brasileira de Responsabilidade Social, a ABNT NBR 16001, que estabelece os requisitos mínimos relativos a um sistema da gestão da responsabilidade social. Em seguida, apresenta-se o Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE (2009), uma iniciativa da Bolsa de Valores de São Paulo - BOVESPA (2009), com a finalidade de demonstrar o retorno de uma carteira de ações de empresas localizadas no Brasil, engajadas em ações de responsabilidade social e sustentabilidade empresarial (BOVESPA, 2009). Definida a ordem de apresentação, parte-se para as análises.

A Norma Brasileira de Responsabilidade Social, a ABNT NBR 16001, foi criada em 2004 e tem por objetivo estabelecer algumas condições referentes a um sistema da gestão da responsabilidade social<sup>2</sup> (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS - ABNT NBR 16001, 2004). A norma aborda, dentre outras questões, aspectos relativos à ética, à atenção aos anseios dos *stakeholders*, a promoção pela organização da cidadania, busca pelo desenvolvimento sustentável e a transparência das atividades. A Norma Brasileira de Responsabilidade Social aplica-se a todos os tipos e portes de organização e permite àquelas que fizerem uso dela a buscarem, por meio de uma organização externa, a certificação de seu sistema da gestão da responsabilidade social (ABNT NBR 16001, 2004).

Merece destaque também, a exigência presente na Norma Brasileira de Responsabilidade Social de registrar e documentar todos os procedimentos relativos à manutenção da gestão da responsabilidade social. Além dessa exigência, há outra relativa à divulgação do sistema da gestão; dos objetivos, metas e dos resultados das ações de responsabilidade social. Essa medida cumpri um dos outros preceitos da própria norma, que é a transparência<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> A ABNT é a única representante do Brasil na Organização Internacional para Padronização (*International Organization for Standardization - ISO*) - organização, que transforma as normas ISO em equivalentes nacionais NBR (OLIVEIRA, 2008).

<sup>3</sup> Nesse sentido, um instrumento simples e consolidado no meio empresarial brasileiro que auxiliaria as empresas a atenderem a esses preceitos da ABNT NBR 16001 - ou seja, registrar, documentar, divulgar e dar transparência ao processo – seria o balanço social.

Entretanto, há na Norma Brasileira de Responsabilidade Social questões que merecem uma análise mais criteriosa.

A primeira delas é em relação à diferença de ação social e aspectos de responsabilidade social.

De acordo com Oliveira (2008, 69) “ a ação social pode até ser parte das ações de responsabilidade social de uma empresa, mas a RSC<sup>4</sup> não se limita a ela”. Enquanto as ações sociais são os investimentos em projetos não ligados diretamente aos negócios da empresa, visando apenas o bem-estar da comunidade, as ações de responsabilidade social configuram-se como investimentos em ações portadoras de valores considerados mais consistentes e fomentadores de capital social direcionadas aos diversos *stakeholders* da organização (ASHLEY, 2005; GARCIA, 2004; GOLDSTEIN, 2007; OLIVEIRA, 2008).

Aliás, outra diferenciação necessária para a formação do conceito de responsabilidade social é a sua distinção de filantropia. De acordo com Goldstein (2007, p. 57):

A filantropia, além disso, é uma espécie de versão leiga da caridade cristã, na qual o apoio ao próximo costuma basear-se em boas intenções e donativos materiais, sem exigência de contrapartidas e pouca intenção de divulgação. Na gestão da responsabilidade social, a empresa, ao contrário, tende a acompanhar seus investimentos no projeto, direcionar os objetivos de maneira estratégica, identificar os pontos críticos e buscar a sustentabilidade, sempre com a preocupação de dar visibilidade a suas ações.

A Tabela 1 representa algumas diferenciações entre as ações, ou aspectos de responsabilidade social e ações filantrópicas.

Tabela 1 Distinção das ações filantrópicas e de responsabilidade social.

Na Filantropia	Na Responsabilidade Social
As motivações são humanitárias	O sentimento é de responsabilidade
A participação é reativa e as ações isoladas	A participação é pró-ativa e as ações mais integradas
A relação com o público-alvo é de demandante/doador	A relação com o público-alvo é de parceria
A ação social decorre de uma opção pessoal dos dirigentes	A ação social é incorporada na cultura da empresa e envolve todos os colaboradores
Os resultados resumem-se à gratificação pessoal de poder ajudar	Os resultados são preestabelecidos e há preocupação com o cumprimento dos objetivos propostos
Não há preocupação em associar a imagem da empresa à ação social	Busca-se dar transparência à atuação e multiplicar as iniciativas sociais
Não há preocupação em relacionar-se ao Estado	Busca-se complementar a ação do estado, numa relação de parceria e controle

Fonte: Garcia (2004, p. 25)

De acordo com a ABNT NBR 16001 (2004, p. 2) ação social é:

**2.1 ação social:** Atividade voluntária realizada pela organização em áreas tais como assistência social, alimentação, saúde, educação, esporte, cultura, meio ambiente e

<sup>4</sup> Segundo Oliveira (2008, p. 2) “(...) responsabilidade social corporativa (RSC)”.

desenvolvimento comunitário. Abrange desde pequenas doações a pessoas ou instituições até ações estruturadas com uso planejado e monitorado de recursos.

E ações – ou aspectos de responsabilidade social – são definidos como:

**2.2 aspecto da responsabilidade social:** Elemento das relações, processos, produtos e serviços de uma organização, que podem interagir com o meio ambiente, contexto econômico e contexto social (ABNT NBR 16001, 2004, p. 2).

Resgatadas, então, as definições da Norma Brasileira de Responsabilidade Social, a ABNT NBR 16001, e traçando-se um comparativo, entre as definições de ações de responsabilidade social e ações filantrópicas expostas por Ashley (2005), Garcia (2004), Goldstein (2007) e Oliveira (2008) detectam-se algumas contradições.

A primeira contradição diz respeito à definição de ação social. A norma deixa claro que “ação social” é uma atividade voluntária. Mas não explicita o mesmo em relação ao “aspecto da responsabilidade social”. Tanto a ação social, como as ações de responsabilidade social ou aspectos da responsabilidade social são ações de caráter voluntário realizadas pelas empresas. Porém, essas ações diferenciam-se quanto à abrangência.

Conforme Goldstein (2007, p. 57) se essas ações constituem-se como doações a pessoas ou a instituições, mas sem exigência de contrapartidas e pouca intenção de divulgação, caracterizam-se como ações de caráter filantrópico. Como afirma Oliveira (2008, p.144) “Caridade não é responsabilidade social”.

No tocante, a definição de aspecto da responsabilidade social: Elemento das relações, processos, produtos e serviços de uma organização, que podem interagir com o meio ambiente, contexto econômico e contexto social (ABNT NBR 16001, 2004, p. 2) expõem-se o mesmo questionamento: a empresa tem a intenção de “acompanhar seus investimentos no projeto, direcionar os objetivos de maneira estratégica, identificar os pontos críticos e buscar a sustentabilidade, sempre com a preocupação de dar visibilidade a suas ações” (GOLDSTEIN, 2007, p. 57)? Caso a resposta seja afirmativa então serão ações ou aspectos de responsabilidade social.

Verifica-se, pelas argumentações expostas, que o texto da Norma Brasileira de Responsabilidade Social é obtuso, quanto à definição de “ação social” e no tocante aos “aspectos de responsabilidade social”.

Outro ponto que merece atenção na norma é em relação ao desempenho da responsabilidade social. O tópico 2.3 da Norma Brasileira de Responsabilidade Social define desempenho da responsabilidade social como: “síntese dos desempenhos ambientais, econômicos e sociais da organização, de forma integrada, levando-se em consideração todas as partes interessadas” (ABNT NBR 16001, 2004, p. 2).

O desempenho econômico de uma empresa pode ser medido pelo retorno sobre o patrimônio líquido e retorno sobre o ativo, por exemplo. Mas como seriam medidos os desempenhos ambientais e sociais? Quais parâmetros devem ser adotados?

Aliás, consta na norma que: “os requisitos desta Norma são genéricos para que possam ser aplicados a todas as organizações” (ABNT NBR 16001, 2004, p. 7). No entanto, como foi demonstrado, alguns requisitos são genéricos demais, o que pode ocasionar falhas na avaliação do processo, podendo afetar, em última instância, a credibilidade da certificação.

A propósito, outra iniciativa surgida nos últimos anos com o intuito de incentivar as empresas na adoção dos preceitos da responsabilidade social foi a criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), pela Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (Bovespa). No processo de criação do ISE a Bovespa contou com a parceria da Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAPP), Associação Nacional dos Bancos de Investimento (ANBID), Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (APIMEC), o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

(IBGC), International Finance Corporation (IFC), Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e o Ministério do Meio Ambiente. Posteriormente, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) ingressou no Conselho Deliberativo do Índice de Sustentabilidade Empresarial (CISE).

O Índice de Sustentabilidade Empresarial tem como foco os investidores que procuram empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para a aplicação de seus recursos (ISE, 2009).

Segundo a BOVESPA (2009, p. 5):

O ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial é um índice que mede o retorno total de uma carteira teórica composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial (no máximo 40). Tais ações são selecionadas entre as mais negociadas na BOVESPA em termos de liquidez, e são ponderadas na carteira pelo valor de mercado das ações disponíveis à negociação.

Para formar a carteira é encaminhado anualmente um questionário às empresas pré-selecionadas, ou seja, aquelas que possuem as 150 ações mais líquidas. Concluída essa etapa o Conselho escolhe as empresas com melhor classificação, considerando aspectos como relacionamento com empregados e fornecedores; comunidade; transparência das informações; governança corporativa e impacto ambiental das organizações candidatas<sup>5</sup>.

Cabe observar que, a revisão da carteira é anual e a Bovespa é responsável pelo cálculo e pela gestão técnica do índice.

Como vantagem da participação no Índice de Sustentabilidade Empresarial, a Bovespa cita o reconhecimento pelo mercado da empresa atuando com responsabilidade social, de forma sustentável e preocupada com o impacto ambiental das suas atividades. Segundo a BOVESPA (p. 35, 2009): o ISE é um “selo de qualidade”. Nesse sentido a Comissão das Comunidades Europeias (2001) afirma que o reconhecimento de uma empresa socialmente responsável, por meio da sua inscrição em um índice bolsista de valores éticos pode refletir positivamente na cotação de suas ações. Afinal, a competição pela imagem de empresa socialmente responsável referendada, no caso, pela inscrição em indicadores de responsabilidade social e sustentabilidade presentes no mercado financeiro, já se insere na lógica de uma “racionalidade estratégica de ações” (PEREIRA, 2007).

Como mencionado anteriormente, essa é mais uma iniciativa surgida nos últimos anos com o intuito de incentivar e auxiliar as empresas no alcance de melhores desempenhos, em termos de sustentabilidade financeira aliada às ações de responsabilidade social e ambiental. Entretanto, ressalta-se que a composição do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) possui dois pontos obscuros.

Um deles refere-se aos “critérios de exclusão”. Segundo as regras do ISE uma empresa será excluída do índice (BOVESPA, 2009, p. 5):

- b) Se, durante a vigência da carteira, a empresa emissora entrar em regime de recuperação judicial ou falência (...). No caso de oferta pública que resultar em retirada de circulação de parcela significativa de ações do mercado, suas ações serão excluídas da carteira.
- c) Se, durante a vigência da carteira, ocorrer algum acontecimento que altere significativamente seus níveis de sustentabilidade e responsabilidade social, o Conselho do ISE poderá decidir pela sua exclusão da carteira do índice.

---

<sup>5</sup> Os critérios de seleção para compor o índice foram estabelecidos após consulta pública com a participação de representantes dos *stakeholders*.

Contudo, não há nenhuma ponderação em relação à participação de empresas dos setores de tabaco, armas e bebidas alcoólicas. Esse fato resultou na saída do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas do conselho, em abril de 2005. Também, não consta nos “critérios de exclusão” do ISE nenhuma ponderação relativa à participação dos setores de “papel e celulose, energia elétrica e siderurgia, cujas atividades causam impactos ambientais significativos, portanto, possuem práticas questionáveis em termos de sustentabilidade” (COM CIÊNCIA, 2006).

Outro ponto obscuro está relacionado à transparência do processo. Os questionários respondidos pelas empresas não são divulgados. Essa ação é crucial para que a sociedade possa monitorar, se as respostas dadas pelas organizações correspondem de fato à realidade de suas práticas (COM CIÊNCIA, 2006).

Cabe mencionar que, o Índice de Sustentabilidade Empresarial ainda gera polêmicas. Conforme nota divulgada no sítio da BOVESPA (2009): “O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social está suspenso do Conselho Deliberativo do ISE no período da carteira 2008/2009.” Com a suspensão do Instituto Ethos e com a saída, em 2005, do IBASE, organizações da sociedade civil e referências, em termos de responsabilidade social no Brasil fica estabelecido um cenário nebuloso e, no mínimo, repleto de incertezas (INSTITUTO ETHOS, 2009).

A propósito, tratando-se das referências em responsabilidade social no Brasil, é interessante apresentar as duas instituições anteriormente mencionadas: o Instituto Ethos de Responsabilidade Social e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas, o IBASE.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social foi fundado em 1998 por iniciativa de um grupo de empresários e caracteriza-se como uma organização da sociedade civil de interesse público (Oscip). Sua missão consiste em mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável (INSTITUTO ETHOS, 2009). Assim, o instituto busca auxiliar as empresas a compreenderem e incorporarem o conceito de responsabilidade social à sua gestão.

Na visão da instituição (INSTITUTO ETHOS, 2009):

Responsabilidade social empresarial é 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 que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Com o propósito de apoiar e consolidar o movimento pela responsabilidade social no Brasil, o Instituto Ethos criou, com a participação de colaboradores, os “Indicadores Ethos de Responsabilidade Social”. Esses indicadores são apresentados em forma de um questionário dividido em sete grandes temas: valores, transparência e governança; público interno; meio ambiente; fornecedores; consumidores e clientes; comunidade, governo e sociedade (INSTITUTO ETHOS, 2009).

Segundo o Instituto Ethos (2009) esses indicadores constituem-se numa ferramenta de gestão e planejamento executada por meio de autodiagnóstico. A principal finalidade desse instrumento é auxiliar as empresas, independente de porte ou setor de atuação, a gerenciarem os impactos sociais e ambientais decorrentes de suas atividades.

Dentre as iniciativas realizadas para apoiar e disseminar o movimento pela responsabilidade social no Brasil destaca-se, também, as ações do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Criado em 1981, essa instituição, sem fins lucrativos, tem como missão “aprofundar a democracia, seguindo os princípios de igualdade, liberdade, participação cidadã, diversidade e solidariedade” (INSTITUTO BRASILEIRO DE

ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS - IBASE, 2009). O instituto também acredita na construção de uma cultura democrática de direitos, no fortalecimento do tecido associativo e no monitoramento e influência sobre políticas públicas (IBASE, 2009).

Especificamente em relação às ações destinadas à disseminação e consolidação dessas práticas no Brasil, o IBASE liderou, em 1997, uma campanha com o objetivo de mostrar aos empresários e a sociedade a importância da elaboração e divulgação do balanço social anualmente e um único modelo para garantir um padrão mínimo de informações no intuito de assegurar a avaliação e a divulgação adequada da responsabilidade social da empresa.

Há de se considerar ainda as contribuições advindas do meio acadêmico. Nesse contexto, ressaltam-se as publicações científicas sobre o tema divulgadas em congressos e periódicos no país. Com relação a este fato descobrir a evolução, as temáticas e as metodologias mais adotadas nas pesquisas sobre responsabilidade social pode auxiliar na caracterização dos estudos sobre a temática no Brasil.

Assim, no intuito de esclarecer essa questão realizou-se, inicialmente uma pesquisa nos sites dos periódicos editados nas áreas de Administração e Ciências Contábeis no Brasil, com classificação entre A1 e B2. Essa etapa teve por objetivo selecionar os artigos, que apresentavam as palavras-chave: “ética”, “responsabilidade social” e “balanço social”. Foram selecionados 73 trabalhos. Observou-se com a análise desses trabalhos que a RAE (Revista de Administração Eletrônica) destaca-se em relação aos demais periódicos quanto à publicação de artigos abordando a temática responsabilidade social.

Outra informação analisada foi a evolução da publicação desses trabalhos considerando-se o ano e periódico. Do mesmo modo, foi possível verificar que o auge das publicações sobre “ética”, “responsabilidade social” e “balanço social” ocorreu no ano de 2007.

De outra maneira, a análise dos trabalhos publicados ao longo desses anos mostra que as temáticas “balanço social e divulgação de informações sociais”, bem como, “responsabilidade social e estratégia” destacam-se em relação às demais, conforme demonstrado na Tabela 2.

Tabela 2 - Temáticas abordadas nos artigos analisados.

Temáticas	Quantidade de artigos por temática	%
Balanços sociais e divulgação de informações sociais	13	16,88
Dimensões da RSE	6	7,79
RSE e Estratégia	13	16,88
Ética e Responsabilidade social	9	11,69
Percepções da RSE segundo grupos estudados	9	11,69
Performance de Práticas de RSE	3	3,90
Práticas de RSE	8	10,39
RSE e a Sustentabilidade	3	3,90
RSE e Certificação	2	2,60
RSE e Cidadania	2	2,60
RSE e Marketing	7	9,09
RSE e Performance Financeira	1	1,30
Estado da Arte em RSE	1	1,30
Total	77	100,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2009)

Quanto aos aspectos metodológicos, verificou-se que os artigos, em sua grande maioria, são desenvolvidos a partir de uma abordagem teórico-empírica, conforme demonstra a Tabela 3.

Tabela 3 - Aspectos metodológicos.

Tipo de Estudo	Nº	%
Teórico	25	34,25
Teórico-Empírico	47	64,38
Empírico	1	1,37
Total	73	100,00

Fonte: Dados da Pesquisa (2009)

No campo de estudo da responsabilidade social no Brasil cabe destacar o trabalho realizado por Figueiredo e Moretti (2007). Esses autores analisaram os artigos publicados sobre o tema no principal evento científico da área de Administração e Contabilidade no país. Segundo esses autores “existe exagerada concentração das citações em poucas obras genéricas da área de administração, o que inibe revelar novos talentos e propostas para o campo” (FIGUEIREDO; MORETTI, 2007, p. 81). Ademais, esse fato demonstra o forte componente reprodutor das obras desenvolvidas no país (FIGUEIREDO; MORETTI, 2007, p. 82).

## 6. CONCLUSÃO

O problema de investigação desse trabalho centrou-se na investigação bem como na análise das iniciativas de maior abrangência surgidas os últimos anos com o propósito de estimular as empresas na adoção dos preceitos da responsabilidade social no Brasil.

Dentre essas iniciativas evidenciou-se a ABNT NBR 16001 quanto o ISE. A análise de ambos permitiu detectar alguns conceitos e critérios vagos que merecem serem revistos.

Visto que a Norma Brasileira de Responsabilidade Social, a ABNT NBR 16001, pode ser aplicada em todas as empresas do país, a revisão dos conceitos adotados evitaria erros no processo de certificação realizado por meio de auditoria externa, pois o que pode ser tudo pode, ao mesmo tempo, ser nada...

Quanto ao ISE seria interessante resgatar a participação da sociedade civil na discussão dos critérios adotados para a formação da carteira de ações. Acredita-se que a consolidação de uma sociedade democrática está baseada, dentre outros fatores, no diálogo. E considerando que a ação em questão trata de uma iniciativa com o intuito de auxiliar as empresas no alcance de melhores desempenhos em termos de responsabilidade social, sustentabilidade financeira e ambiental, o diálogo torna-se um ponto nevrálgico. Apenas por meio dele é possível conciliar os interesses e exigências de todos os atores envolvidos no processo.

Já a breve análise das contribuições advindas do meio acadêmico revela a necessidade de descobrir novos caminhos para as pesquisas envolvendo a temática responsabilidade social.

Por fim, espera-se que as reflexões surgidas a partir desse estudo contribuam para o aprimoramento dessas duas iniciativas surgidas nos últimos anos com a finalidade de disseminar as práticas de Responsabilidade Social no ambiente empresarial brasileiro.

## 7. BIBLIOGRAFIA

ARAGÃO, S. D.; KARKOTLI, G. **Responsabilidade social**: uma contribuição à gestão

transformadora das organizações. Petrópolis: Vozes, 2004.

ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS -ABNT. NBR 16001. Responsabilidade social: sistema da gestão: requisitos. 2004. Disponível em : <[http://www.mj.gov.br/corde/arquivos/ABNT\\_nbr\\_16001.pdf](http://www.mj.gov.br/corde/arquivos/ABNT_nbr_16001.pdf)>. Acesso em: 19 set. 2009.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social**: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 2001. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO. **ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial**. Disponível em: <[http://www.bovespa.com.br/pdf/Indices/Resumo\\_ISENovo.pdf](http://www.bovespa.com.br/pdf/Indices/Resumo_ISENovo.pdf)>. Acesso em: 27 out. 2009.

CARROL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization *stakeholders*. **Business Horizons**, New York, v. 34, n. 4, p. 39-48, July/Aug. 1991.

CARROL, A. B. The four faces of corporate citizenship. **Business and Society Review**, New York, v. 100, p. 1-7, 1998.

CARROL, A. B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. **Business & Society**, Gênova, v. 38, n. 3, p. 268-295, set. 1999.

COCHRAN, P. L.; WARTICK, S. L. The evolution of the corporate social performance model. **Academy of Management Review**, Briarcliff Manor, v. 10, n. 4, p. 758-769, 1985.

COM CIÊNCIA. REVISTA ELETRÔNICA DE JORNALISMO CIENTÍFICO. **Novo índice avalia sustentabilidade das empresas**. 2006. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/noticias/2006/01/sustentabilidade.htm>>. Acesso em: 20 set. 2009.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. **Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas**. Bruxelas. 2001. Disponível em:<[http://europa.eu.int/eur-lex/pt/com/gpr/2001/com2001\\_0366pt01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/pt/com/gpr/2001/com2001_0366pt01.pdf)> . Acesso em: 29 jun. 2005.

DIAS, J. M.; DUARTE, G. D. **Responsabilidade social**: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1985. 139 p.

FERREL, L.; FERREL, O. C.; FRAEDRICH J. **Ética empresarial**: dilemas, tomadas de decisão e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FIGUEIREDO, J. C. B.; MORETTI, S. L. A. Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no EnANPAD: evidências de um discurso monológico. In: Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

FITZPATRICK, K. CEO views on corporate social responsibility. **Corporate Reputation Review**, Gainesville, v. 3, n. 4, p. 292-302, 2000.

FRIEDMAN, M. **Capitalism and freedom**. Chicago: University of Chicago, 1962.

GARCIA, J. **O negócio do social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GOLDSTEIN, I. **Responsabilidade social**: das grandes corporações ao terceiro setor. São Paulo: Ática, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 11 out. 2009.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>>. Acesso em: 21 set. 2009.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos de responsabilidade social**. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/conceitos\\_praticas/indicadores/default.asp](http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/default.asp)>. Acesso em: 21 set. 2009.

KASSAI, S. **Utilização da análise por envoltória da dados (DEA) na análise de demonstrações contábeis**. Tese (Doutorado em Contabilidade e Controladoria) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

LOURENÇO, A. G.; SCHRODER, D. S. **Vale investir em responsabilidade social empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas**. In: RESPONSABILIDADE social das empresas: a contribuição das universidades. Peirópolis: Instituto Ethos, 2003. v. 2, p. 79-120.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma Orientação Aplicada**. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. E Alfredo Alves de Farias. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

O' BRIEN, D.; QUAZI, A. M. An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility. **Journal of Business Ethics**, Dordrecht, v. 25, n. 1, p. 33, May 2000.

OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na sociedade**: sustentabilidade e responsabilidade social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PEREIRA, E. A. A. **A Empresa e o lugar na globalização: a “responsabilidade social empresarial” no território brasileiro**. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SETHI, S. P. Dimensions of corporate social performance: na analytical framework. **Academy of Management Review**, California, v. 17, n. 3, p. 58-64, 1975.

SROUR, R. H. **Ética empresarial**: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SUCUPIRA, J. A. **Responsabilidade social das empresas**. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 11 out. 2009.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade Social: teoria e prática**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

TINOCO, J. E. P. **Balço social: uma abordagem sócio-econômico da contabilidade**. 1984. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Controladoria) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1984.

TINOCO, J. E. P. **Balço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT. Disponível em: <<http://www.unglobalcompact.org/>>. Acesso em: 5 nov. 2008.