

**ESTADO, MERCADO E SOCIEDADE CIVIL: CONVERSÇÕES EM TORNO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL****AUTORES****ALEXANDRE REIS ROSA**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS

alexandrereisrosa@hotmail.com

VANESSA APARECIDA DE SOUZA

Universidade Federal do Rio Grando do Sul

cpolvanessadesouza@hotmail.com

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar o relacionamento do empresariado com os movimentos sociais, ONGs e Estado, partindo de uma revisão da literatura pertinente a este assunto. Bem como, atualizar essa visão a partir da entrevista com uma empresária do setor de marcenaria da cidade de Porto Alegre, e de informações institucionais veiculadas no site oficial da Federação das Associações de Jovens Empresários do Rio Grande do Sul – FajeRS. A entidade é uma ONG que surgiu a partir da formação de alguns núcleos de jovens empresários em diferentes municípios do Rio Grande do Sul. Ligado a ela, consideramos também o ponto de vista da Confederação Nacional dos Jovens Empresários – CONAJE, que tem sua origem a partir do primeiro Congresso Nacional de Jovens Lideranças Empresariais realizado em 1992 em Porto Alegre-RS. Na interação destes atores, percebemos que a responsabilidade social está presente, mas seu enfoque é dual, porque a agenda pende fortemente para a competição e não para o aumento de solidariedade. Com isso, há uma prevalência da racionalidade instrumental em detrimento à substantiva que representaria um movimento no sentido de caminharmos rumo à cidadania que seria uma forma efetiva de inclusão social.

Palavras-Chave: Empresariado, Responsabilidade social, Terceiro setor.

Abstract

This paper's objective is to analyze the relationship of entrepreneurs to social movements, ONGs and State, based on the review of literature pertinent to this subject. As well as update this analysis based on the interview of an entrepreneur from the carpentry sector of Porto Alegre-RS, and additional institutional information transmitted by the official site of the Federation of Young Entrepreneurs Associations of Rio Grande do Sul (FajeRS)'. This entity is an ONG that sprang from the formation of some nucleus' of young entrepreneurs in different municipalities of RS. Associated to it, we also consider the point of view of the National Confederation of Young Entrepreneurs (CONAJE), which dates from the first National Congress of Young Enterprise Leaderships carried out in 1992 in Porto Alegre-RS.

In the interaction among these actors, we perceive that social responsibility is present, but the approach to it is dual taking into consideration that the agenda leans strongly towards competition and not solidarity, in the sense of walking in the direction of citizenship, which would be an effective form of social inclusion.

Key Words: Entrepreneurs, Social Responsibility, Third Sector.

ESTADO, MERCADO E SOCIEDADE CIVIL: CONVERSÇÕES EM TORNO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

1. Introdução

No Brasil, os anos 1990 representam um marco nas mudanças ocorridas no contexto político e econômico. Todavia, estas mudanças vieram acompanhadas de um paradoxo: ao mesmo tempo em que ocorre um aumento das demandas sociais em virtude da abertura de mercado e da reestruturação do sistema produtivo, temos a hegemonia do discurso neoliberal em defesa do “Estado mínimo”, colocando o Mercado como principal agente do desenvolvimento sócio-econômico. Em meio a crise, os movimentos sociais e as Organizações Não Governamentais (ONGs) passam a abrir o diálogo e a estabelecer parcerias com o governo, com os empresários e com associações tradicionais de ajuda mútua e assistência social.

Tais parcerias tem ganhado novos contornos devido a mudança do caráter institucional das ONGs. Guiadas inicialmente por uma racionalidade substancial que busca a solidariedade comunitária influenciada por crenças e valores comuns a uma determinada causa, estas organizações – que formam a base do terceiro setor – se viram diante de uma forte concorrência por recursos em virtude do vertiginoso alargamento deste setor nos últimos anos. Assim, os próprios financiadores (Estado, Mercado) tem cobrado resultados ao investimento que é feito nessas ONGs. Com efeito, a razão substantiva que orientava as ações deu lugar a uma racionalidade instrumental baseada no cálculo utilitário de resultados, deixando as ONGs numa situação ambivalente cujo principio de atuação acaba sendo ditado por aqueles que ‘pagam a conta’. Os financiadores por sua vez, utilizam este meio de implementação – via terceiro setor – para instrumentalizar projetos sociais que dêem algum retorno em termos de imagem e assim a gerenciam junto aos diversos grupos de interesse da organização.

Neste sentido, o presente trabalho tem por objetivo analisar o relacionamento do empresariado com os movimentos sociais, ONGs e Estado, partindo de uma revisão da literatura pertinente a este assunto. Bem como, atualizar essa visão a partir da entrevista com um empresário do setor de marcenaria da cidade de Porto Alegre, e de informações institucionais veiculadas no *site* oficial da Federação das Associações de Jovens Empresários do Rio Grande do Sul (FajeRS). Sendo ela criada para congregar as atividades que reúnam pessoas físicas e jurídicas que exercem atividades no processo econômico ou que estejam ligados em qualquer modalidade de negociação. A entidade é uma ONG que surgiu a partir da formação de alguns núcleos de jovens empresários em diferentes municípios do RS. Ligado a ela consideramos também o ponto de vista da Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE), que tem sua origem a partir do primeiro Congresso Nacional de Jovens Lideranças Empresariais, realizado em 1992 em Porto Alegre-RS. Na Reunião Ordinária que ocorreu em abril de 1998, na cidade de Criciúma-SC, após meses de debate, foi decidido que o Fórum mudaria de nome e passaria à atual denominação. Ambos, membros da ala jovem do Fórum de Líderes e do Fórum Econômico Mundial, no que diz respeito às perspectivas da atuação empresarial no cenário atual.

O trabalho está dividido da seguinte forma: na primeira parte apresentamos uma contextualização para facilitar o entendimento. Em seguida, discutem-se o movimento da responsabilidade social abordando aspectos relacionados ao seu surgimento, seus limites de atuação e os diferentes discursos que caracterizam esta atuação. Na sequência, discute-se também a mudança no caráter institucional das ONGs diante da competição por recursos que é vivida pelo terceiro setor. Na terceira parte, entramos na discussão principal sobre as conversações entre Estado, empresariado e sociedade em torno da responsabilidade social. Por último apresentamos algumas conclusões e destacamos a importância de se discutir a relação entre estes atores, como alternativa para resolução dos problemas atuais.

2. Considerações a respeito da responsabilidade social

Nos últimos anos a responsabilidade social vem se tornando um tema cada vez mais discutido tanto nos meios acadêmicos, quanto no meio empresarial. Seu conceito possui múltiplas interpretações e sua aplicação, diferentes vertentes. No entanto, a literatura chama atenção para uma confusão muito freqüente a respeito do conceito, que normalmente se confunde com o de filantropia empresarial. Este, segundo Melo Neto e Froes (2001), é de caráter individual e assistencialista, não demanda gerenciamento e restringe-se à decisão dos empresários filantrópicos e abnegados em fomentar a caridade como forma de minimizar o sentimento de culpa por obterem altos lucros, devolvendo a sociedade parte do que dela consumiram na construção dessa riqueza. Já a responsabilidade social, tem sua base na ação coletiva e estratégica. Demanda gerenciamento e abrange toda a sua rede de relacionamentos, desde os seus consumidores, fornecedores, funcionários, acionistas, governo, meio ambiente, inclusive a comunidade e os próprios membros da organização (*stakeholders*). Seu objetivo é o de fomentar a cidadania como forma de obter certa legitimidade frente a estes públicos (MENDONÇA e GONÇALVES, 2002) e pode ser entendida como

[...] uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários (INSTITUTO ETHOS, 2004).

No início dos anos 1950, com a ascensão do chamado Estado de bem estar social – *Welfare State* – havia uma predominância da filantropia empresarial. Pois a atividade empresarial tinha pouco impacto na sociedade (CORRÊA e MEDEIROS, 2003). Com o fim desta fase, caracterizado pela falência do Estado em atender as demandas da sociedade, ocorre um deslocamento de foco, onde as empresas rompem com as ações de caráter filantrópico e passam a focar suas ações com base na responsabilidade social.

Embora grande parte dos estudos relacionados à responsabilidade social tenha um viés bastante otimista (SOARES, 2004), algumas considerações se fazem necessárias para um debate mais amplo sobre a atuação das empresas socialmente responsáveis. São elas: os limites de atuação da responsabilidade social e os diversos discursos que caracterizam essa atuação.

Sobre os limites de atuação, Schroeder e Schroeder (2004) alertam sobre o avanço das empresas no domínio de áreas que antes eram de responsabilidade do Estado, como assistência social, educação, saúde etc. Tal avanço é motivado não só pela crise do Estado de

bem estar, mas principalmente porque as empresas perceberam que os problemas sociais passaram a interferir no bom andamento dos negócios, a exemplo do baixo poder aquisitivo, da violência e dos altos índices de desemprego.

Dessa forma, as empresas passam a transcender seu papel de vetores do desenvolvimento econômico – por meio da produção de bens e serviços – para o de também vetores do desenvolvimento social, psicológico e cívico. Caracterizando uma espécie de “responsabilidade ilimitada”. A maior consequência deste aumento de poder das empresas é que, a partir dele, elas possam gozar de uma “permissão social para serem as únicas ou as mais importantes reguladoras da vida humana, podendo arbitrar o que deve ou não ser feito pela e para a sociedade” (SCHROEDER e SCHROEDER, 2004, p. 08). Gerando com isso, um discurso de empresa socialmente responsável que, a priori, explicita um perfil de organização preocupada com o desenvolvimento socioeconômico independente do retorno financeiro.

Assim, segundo Soares (2004), os discursos que caracterizam a atuação das empresas no campo da responsabilidade social podem ser de três tipos:

- 1) O **discurso explicitado** – é aquele abertamente divulgado, de conhecimento amplo, onde se busca transmitir uma idéia positiva da finalidade econômica da empresa. Ou seja, de que ela na apropriação do lucro, beneficia não só os acionistas, mas, sobretudo os *stakeholders*;
- 2) O **discurso pronunciado reservadamente** – onde a responsabilidade social é tratada como estratégia empresarial, e sua implementação visa ampliar sua participação de mercado. Assim, a responsabilidade social é concebida como instrumento mercadológico onde sua adoção depende da conveniência e do ramo de atuação da empresa. O posicionamento estratégico é definido pelo diferencial competitivo oferecido na adoção de práticas de responsabilidade social, visando consolidar uma imagem corporativa favorável junto aos diversos públicos;
- 3) O **não-dito** – este se refere à dominação ideológica e de poder das empresas que, por meio da responsabilidade social, visam “transformar o interesse particular da organização em uma razão coletivamente aceita, conferindo legitimidade ao que não é legítimo” (FARIA *apud* SOARES, 2004, p.09). Com isso, recai-se na preocupação sobre a “responsabilidade ilimitada” em que as empresas aumentam sua zona de influência e passam a regular todas as dimensões da atividade humana.

A operacionalização da responsabilidade social ocorre por meio da implementação de programas que podem ser caracterizados por doações, assistência ou fomento junto aos diversos públicos de interesse da empresa. Estes programas podem ser viabilizados de duas formas: (i) pela própria empresa – através da criação de institutos e fundações ou pelo uso de departamentos de RH, Marketing, Relações públicas etc – ou (ii) com o apoio de ONGs especializadas em áreas de interesse da empresa socialmente responsável e do segmento a ser beneficiado pelo programa (educação, meio-ambiente, seguridade social etc.). Nas próximas seções discutiremos esta segunda forma de viabilizar as ações de responsabilidade social.

3. As ONGs e seus ajustes institucionais

Em seus estudos sobre o processo de racionalização e desencantamento do mundo, Max Weber (1964) descreve o processo de modernização da sociedade ocidental a partir do critério da racionalidade. Ou seja, a ação social – enquanto conduta humana sujeita a um sentido subjetivo – é motivada por racionalidades que caracterizam a natureza dessa ação. Podendo ser do tipo:

- 1) **Racional motivada pelos meios e fins** – é caracterizada por um conjunto de comportamentos esperados que delimitem “as condições” ou “os meios” com que se pode contar para atingir determinados fins que são racionalmente ponderados e perseguidos. Determina a ação social instrumental;
- 2) **Racional motivada pelos valores** – é caracterizada pela crença consciente em valores éticos, estéticos, religiosos ou outras que se manifestem de forma própria e absoluta na conduta humana e estes valores não possuem qualquer relação com um dado resultado. Determina a ação social valorativa;
- 3) **Afetiva** – é caracterizada por afetos e estados sentimentais do momento. Determina a ação social afetiva;
- 4) **Tradicional** – caracterizada pelo costume arraigado. Determina a ação social tradicional.

Nos estudos organizacionais, Guerreiro Ramos (1989) recupera a discussão original weberiana sobre a racionalidade e coloca em destaque a racionalidade motivada pelos valores como principal contraponto à racionalidade motivada pelos meios e fins. A primeira ele denomina por racionalidade substantiva e a segunda mantém o que o próprio weber chamou de instrumental. Ambas as racionalidades, conforme dito anteriormente, são o principal combustível para ação social. Por extensão, também o é para ação organizacional.

Nesse sentido, ao passo que as organizações burocráticas que atuam no primeiro e segundo setores são motivadas por uma racionalidade instrumental, as ONGs seriam, pela natureza de sua missão, uma alternativa real à burocracia. Criadas sob a influência da razão substancial, estas organizações não visam o cálculo utilitário dos resultados, mas sim, a solidariedade comunitária influenciada por crenças e valores comuns a uma determinada causa (SERVA, 1997). Localizadas entre o Estado e o Mercado, as ONGs representam o terceiro setor da economia e sua tipologia segue um *continuum* que vai desde as organizações sem fins lucrativos, passando pelas organizações voluntárias e de ajuda mútua até as organizações sociais que são a vertente mais substancial da tipologia (BARROS, 2002).

Até os anos 1980 o terceiro setor dispunha de recursos financeiros abundantes em face das poucas ONGs em operação e da relativa estabilidade macro-ambiental. Tal contexto permitia pouca preocupação com resultados, valendo muito mais o *meio* do que o *fim* dos projetos. Entretanto, com a virada neoliberal e a perspectiva do Estado mínimo, ocorre um *boom* no cenário do terceiro setor gerando um número sem precedentes de ONGs e, conseqüentemente, uma concorrência maior por recursos. Por outro lado, as instituições financiadoras adotaram uma postura utilitarista e passaram a exigir resultados satisfatórios como condição para liberação de recursos (DINIZ e MATTOS, 2002).

Nesse cenário, as ONGs são obrigadas a buscar uma série de ajustes que pudessem operacionalizar seus projetos e com isso viabilizar suas fontes de recursos. O deslocamento dos “meios” para os “fins” deu uma nova configuração para o terceiro setor delineando posições que, muitas vezes, contrariam o caráter institucional-original respaldado pela racionalidade substantiva. Assim, o posicionamento das ONGs é transitório. Dependente de quem as financia. Estando assim à deriva entre dois pólos: o Estado e o Mercado. A gestão deixa de ser social e passa a ser estratégica (Op. Cit., 2002). Uma vez que, a eficiência e a eficácia tornam-se palavras de ordem na condução dos projetos, ocorre uma transfiguração da razão substancial – evidenciada teoricamente nesta forma organizacional – para uma razão instrumental que visa o cálculo utilitário dos recursos a serem recebidos e gerenciados.

Por um lado as pesquisas neste campo mostram a necessidade de uma teoria específica para as ONGs. Por outro, em face dos ajustes, defende-se uma adaptação das teorias administrativas já existentes. De qualquer forma, fica muito clara a influência da lógica instrumental em todos os segmentos da sociedade. Seja no primeiro, segundo ou terceiro

setor, o que acaba prevalecendo é o cálculo utilitário. Tal assertiva vai de encontro à discussão do próximo item que trata das conversações entre os setores econômicos.

4. Conversações entre os atores setoriais: Estado, mercado e sociedade

Num primeiro momento a questão a ser investigada é a problemática apontada por Maria Célia Paoli (2002), a respeito da relação do empresariado com o espaço público não-estatal, e a noção de responsabilidade social que tem sido aberta a partir da diminuição das garantias e direitos legais dos trabalhadores a partir do Consenso de Washington. A mudança mais esperada pelos empresários é a livre negociação entre as partes, que resultaria na alteração de 34 incisos do artigo 34 da Constituição Federal, que consiste na garantia das conquistas trabalhistas fundamentais. Bem como, as propostas de alteração da forma de atuação que vigora e também do funcionamento da Justiça do Trabalho.

Com a mudança de foco em relação à filantropia social, o empresariado vem buscando atuar no processo de reinserção social. “Isto pode ser visto através do privilégio dado aos temas da infância, da família e da educação como áreas da responsabilidade social empresarial diante da crescente deterioração da vida coletiva” (PAOLI, 2002, p.386).

Busca-se criar uma “consciência de cidadania” do empresariado, mesmo que grande parte do empresariado não se manifeste a esse respeito, e também não busque intervir na atual política econômica com vistas a transformá-la. É neste ponto de “[...] simultaneidade entre a redução de políticas públicas voltadas para a promoção das garantias dos direitos sociais, de um lado, e da abertura do espaço às ações sociais privadas, de outro, que se entende o alcance e os limites da filantropia empresarial” (Op. Cit, 2002, p.387).

Ainda que as disposições constitucionais que visam proteger os mais frágeis, as obrigações legais relativas aos direitos sociais e de trabalho estão passando por um processo em que as exigências de reforma são constantes “[...] empresários e governo empenham-se em descobrir modos legítimos de desconstituir as garantias sociais como direitos universalizados (por seu custo alto) encolhendo seletivamente o acesso a elas e apelando para a ‘criatividade social’ dos atingidos” (Op. Cit, 2002, p.390).

Uma das principais entidades empresariais a organizar-se nesse sentido foi a Fundação Abrinq, fundada em 1990, que criou a chamada “filantropia cidadã” no Brasil. Essa fundação tem sua atuação voltada para as crianças brasileiras pobres, e que crescem em condições de fome, má nutrição, famílias desagregadas, trabalho infantil, violência e pela falta de acesso a escola (PAOLI, 2002). A partir da pauta aberta por ela, foi estendida a possibilidade de que outras empresas trabalhassem com assuntos filantrópicos e adotassem programas sociais, como: “[...] cultura, educação, saúde da mulher, ecologia e preservação do meio ambiente, esportes, lazer, recreação, desenvolvimento comunitário” (Op. Cit, 2002, p.391).

Neste sentido, a empresária Patrícia Tadano (2003), afirma que a responsabilidade social também é um exercício permanente de deveres com o objetivo de assegurar aos cidadãos os direitos mais elementares: educação, saúde, habitação, cultura, lazer e segurança. Em resumo, um bem-estar social construído a partir de ações e investimentos através de parcerias entre a sociedade, o Estado e a iniciativa privada.

Essas ações foram respondidas com a aproximação das empresas ao chamado terceiro setor, na busca de apoio técnico. Ainda que, Oded Grajew, presidente da Abrinq, não tenha ilusões quanto à racionalidade que pauta as empresas, entende que determinadas ações tenham valor por modificarem a percepção dos empresários demonstrando que o lucro depende também de posturas mais éticas, sendo esta uma “conquista que a sociedade civil e as

empresas estão tendo que se adaptar” (PAOLI, 2002, p.393). Desse modo, seria preciso que o empresariado fosse em busca de um posicionamento que os colocasse realmente na posição de sociedade civil, a partir dessa consciência empresarial cidadã. Mas as ações de uma cidadania empresarial acabam virando produtos e passam a constituir parte de uma racionalidade instrumental quando os interesses privados se sobrepõem ao compromisso ético com a sociedade.

A exemplo do discurso pronunciado reservadamente, pesquisas demonstram a vinculação que as empresas fazem entre ação social e imagem da empresa. Entretanto, como salientam Mendonça e Gonçalves (2002), a vida corporativa está mudando o seu foco de assuntos substanciais para uma espécie de manipulação dessa imagem. Assim, temos a substância e a imagem como conceitos que caracterizam tipos ideais de ordem social (uma sociedade, uma comunidade ou uma organização). De um lado, a substância representa modelos mentais que emergem espontaneamente e são determinados por tradições, realidade material e práticas sociais. Não possuem, portanto, caráter intencional ou manipulativo. Por outro lado, a imagem representa as impressões fabricadas intencionalmente, a fim de mascarar a verdadeira substância por trás de uma determinada ação. Há casos em que “o empresário não opta por organizar uma entidade específica para o trabalho social (fundações ou institutos) este é alocado nos departamentos de *marketing* da empresa” (PAOLI, 2002, p.396), onde a imagem é “gerenciada” profissionalmente. Um exemplo disso é o artigo da empresária Patrícia Tadano que corrobora essa visão. Pois segundo ela,

a globalização e a abertura cada vez maior dos mercados estão introduzindo modificações no comportamento das empresas. Hoje, a responsabilidade social está sendo vista como uma importante ferramenta de gestão no mundo dos negócios. A empresa que cumpre um papel social está investindo na sociedade e no seu próprio futuro e, além disso, **atrai mais consumidores** [...]. Nesse sentido, a nova equipe da Federação das Associações de Jovens Empresários do Rio Grande do Sul (FAJeRS) instituiu uma diretoria para tratar deste assunto e contribuir para a disseminação dos conceitos de responsabilidade social no Estado (TADANO, 2003 - *grifo nosso*).

Para a empresária, a responsabilidade social empresarial não é apenas um conceito, é uma prática, pois a responsabilidade social deve estar integrada às operações de uma empresa, e isso significa adotar uma conduta ética e responsável na relação com os *stakeholders*. Ainda nessa linha há uma segunda questão, apresentada por Paoli (2002), que é o fato das empresas vislumbrarem a possibilidade de bons negócios, surgindo instituições mediadoras que abrem “nichos de mercado”. Dessa forma,

há instituições que ensinam o empresário a doar, outras que lhe mostram como captar recursos e fazer parcerias, outras ainda a estruturar uma entidade específica para gerir o trabalho filantrópico, organizar esta entidade de modo que propicie uma ação social mais durável, desenvolver a administração financeira e contábil própria desse tipo de atividade, enfrentar o imposto de renda, pautar matérias jornalísticas, mudar de vocabulário e mentalidade, aprender a informar-se em seminários de discussão e até mesmo compatibilizar as exigências de produtividade da empresa diante de seus trabalhadores (“funcionários”, na linguagem corrente) através da adoção de programas filantrópicos (PAOLI, 2002, p.396).

Assim, nesse processo de conscientização do empresariado, faltam espaços públicos em que a crítica aos excluídos pode se apresentar. Os

“[...] espaços públicos só se tornam assim quando os socialmente desiguais se encontram em equivalência como atores e sujeitos autônomos do protagonismo político e civil e, pelo exercício conjunto e conflitivo do debate, reflexão e deliberação sobre um mundo comum, avancem para além das garantias constitucionais e jurídicas ao concretizar o direito de participar na pluralidade de demandas de cidadania” (PAOLI, 2002, p.403).

Para Paoli (2002), a chamada responsabilidade social empresarial é utópica e conservadora, porque ela preserva as hierarquias desiguais entre os cidadãos, colocando-os na situação de cidadãos de segunda e terceira classe, que ficam na dependência da caridade privada para que sejam incluídos socialmente. Nesse sentido, cabe destacar a relação do Estado com a idéia de responsabilidade social. O Estado do Rio Grande do Sul criou o que chama de ferramenta, para motivar os empresários a investir mais na área social, a chamada Lei da Solidariedade,

[...] é pioneira no Estado para a concessão de incentivos a entidades que investem em projetos sociais. Também conhecido como Programa de Apoio à Inclusão e Promoção Social (PAIPS), a lei, regulamentada por um decreto do governador Germano Rigotto, em 11 de julho de 2003, tem o objetivo de financiar a execução de projetos apresentados por entidades não governamentais com atuação comprovada na área da assistência social. Às empresas interessadas, o governo do Estado concede renúncia fiscal de até 75% do valor efetivamente aplicado no projeto social a ser financiado. O ressarcimento ocorrerá sobre os recolhimentos mensais de ICMS, de acordo com percentuais estabelecidos pela lei (STCAS, 20/01/2004).

A partir dessa relação entre Estado e empresariado começam a se desenhar parcerias em busca de apoio direto da sociedade civil para criar formas de inclusão social. Assim, a

[...] responsabilidade do Estado, como agente financiador e promotor da responsabilidade social, se somam a co-responsabilidade da sociedade. Com a Lei da Solidariedade, o Estado abre mão de recursos do Tesouro, em favor dos desprovidos, dos excluídos, daqueles sobre os quais deve recair o especial zelo do Estado” (STCAS, 20/01/2004).

A outra questão a ser analisada é a relação que os sindicatos patronais possuem com suas instituições. Para Pochmann (1998), o principal traço da identidade empresarial é a fragmentação, a descentralização e a diferenciação, possuindo uma base de organização sindical e atuação assistencial. A forma de ação patronal tem como base uma nova legislação jurídica, social, política e econômica, trabalham com a contratação de assessores especializados, fazem *lobby* no Parlamento, no Ministério do Trabalho, da Fazenda, do Planejamento e da Indústria.

Segundo Pochmann (1998), ocorreu um aumento do número de entidades representativas dos empresários, em função dos diferentes interesses e num aumento da fragmentação das estratégias ocasionadas pelas mudanças econômicas em curso. Conseqüentemente, o número de entidades patronais rurais vem diminuindo e no setor urbano aumentando. Neste cenário, o crescimento das entidades patronais se dá com um número menor de associados, e esses tipos de entidade são as que mais aumentam, o que sugere, para o autor, uma maior fragmentação e diversificação nos interesses, o que prejudicaria a qualidade de sua atuação, pois seu potencial também é fragmentado.

Um outro traço característico, é que em geral, as entidades patronais não têm filiação com as entidades de cúpula revelando “[...] a dificuldade de atuação sindical centralizada, com efetividade e eficácia” (Op. Cit., p.113). O que contribui para este cenário também são os serviços oferecidos pelas associações patronais, revelando que muitas vezes a permanência de associados ocorre em função desses serviços e não pela capacidade de representação que eles possuem, sem contar que essa estrutura necessita de uma rede de gastos fixa.

Na visão de Pochmann (1998), o sindicalismo patronal ainda defende uma contribuição obrigatória e se mantém acomodada no cenário brasileiro, o que é desfavorável a essas entidades. Nesta linha, Matte (2004) corrobora as constatações de Márcio Pochmann, ao afirmar que:

[...] se as mudanças vierem [...], da forma que vierem, eu acho que vai fazer, eu não sei, eu não tenho muita clareza a respeito disso porque tu tira a base, os pés do sindicato, tu tira o que ele se apóia hoje que é o dinheiro que ele tem né. E tira o dinheiro tu mata a criança de fome (...). Mas eu não sei se é isso que vai vir na proposta, apesar (de) que com o governo Lula hoje a gente (não) sabe o que pode acontecer, ele se torna uma caixa de surpresas e daí tu não consegue tatear para que lado vem. Eu diria há um ano atrás que ele não viria com uma proposta dessas [...], hoje eu já não sei né. Mas eu acho que infelizmente nós precisamos dos sindicatos, que nós não podemos romper os sindicatos deste processo. Precisa moralizar, precisa aquela coisa que nós falamos de política que fazem nos sindicatos, nós somos políticos, nós somos seres políticos, o homem é um ser político (MATTE, 14/01/2004).

É importante ressaltar, que ainda que estejamos utilizando Pochmann (1998), é preciso esclarecer o fato do autor “essencializar” a fragmentação das entidades empresariais, adotando com isso uma postura pós-modernista. Talvez, ao contrário da afirmação do autor, a força do empresariado se encontre nessa fragmentação uma vez que as especificidades das entidades empresariais tenham que ser respeitadas.

Quanto a responsabilidade social, o que se tem desenhado em âmbito das relações de trabalho segue no sentido destacado pelo empresário Humberto Ribeiro (2003), da CONAJE, que a partir das discussões no Fórum Econômico Mundial de 2003, desenhou as seguintes perspectivas para as empresas no novo mundo. Essas perspectivas, segundo ele, possuem quatro eixos:

- 1) **Inteligência corporativa** – capacidade real de compreender as forças econômicas, industriais, tecnológicas, geopolíticas, sociais e culturais que moldam nosso futuro;
- 2) **Competitividade corporativa** – capacidade de ser melhor que qualquer outro do mercado;
- 3) **Governança corporativa** – capacidade de conquistar e manter a confiança pública;
- 4) **Cidadania corporativa** – vontade de se engajar ativamente na solução dos problemas sociais de hoje, por meio de parcerias entre o público e o privado.

Como vemos esses eixos reforçam a noção de responsabilidade social com um viés de mercado e não de melhoria das condições de vida da população. Assim, identificamos a partir dessa entrevista que essa é a forma de condução política até o momento adotada pelas empresas. Evidentemente o marco apresentado não é desenhado para países de capitalismo periférico como o Brasil, assim o empresariado brasileiro parece não ter compreendido os

números da exclusão social que atingem o país e acaba entrando no jogo das grandes nações econômicas que desenham suas políticas de administração e gestão sem levar em consideração os diferentes contextos sociais, políticos e econômicos.

O principal vetor dessas ações tem sido as ONGs. A escassez de recursos acarretou este alinhamento com os objetivos de mercado. Assim, o que antes era feito de forma substancial passa a ser instrumental, e, a lógica de mercado se reproduz nos três setores da economia (DINIZ e MATTOS, 2002).

5. Considerações finais

Como percebemos a responsabilidade social está presente, mas seu enfoque é dual, ainda que tenhamos trabalhado com um material empírico restrito, é possível perceber que a agenda pende fortemente para a competição e não para o aumento de solidariedade no sentido de caminharmos rumo à cidadania que seria uma forma efetiva de inclusão social.

O empresariado certamente tem-se aproximado das organizações não governamentais como uma forma de atuação de seus negócios, especialmente os vinculados à responsabilidade social e também no que diz respeito à representação de interesses, como é o caso da FajeRS, que é uma ONG de empresários e para representar empresários.

Vimos também à ação do Estado do Rio Grande do Sul, quanto a Lei da Solidariedade com o objetivo de fazer com que o empresariado aplique em organizações assistenciais. Nesse sentido, é clara a relação entre Estado e sociedade civil, ainda que seja uma forma de desresponsabilização do Estado de ações de inclusão, é importante enquanto parceria, mas desde que mantenha um controle da sociedade civil de forma mais ampla sobre o gasto desses recursos, bem como do próprio Estado. Certamente, isso é uma forma de responsabilidade social, que pode demonstrar aos empresários que o lucro deve se pautar por posturas mais éticas no que diz respeito à inclusão social, especialmente num país de grandes diferenças sociais como o Brasil.

Finalmente, vale destacar que a essência dessas mudanças é regida por tipos de racionalidades. Da instrumental à substantiva, há um trânsito contínuo do Estado, do mercado e principalmente das ONGs, tendo uma forte atração pelo instrumental. Assim, diante das considerações apresentadas, o discurso da responsabilidade parece ser ainda mais forte do que as ações reais. Delineando com isso a fronteira entre a racionalidade desejável e a racionalidade possível.

6. Referências bibliográficas

CORRÊA, Felipe T. de B. S.; MEDEIROS, João R. **Responsabilidade social corporativa para quem?** Disponível em <<http://www.ethos.com.br/premioethos>>. Acesso em 11/12/2003.

DINIZ, João H.; MATTOS, Pedro L. Organizações não governamentais e gestão estratégica: desfiguração do seu caráter institucional original? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26, 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2002. 1 CD.

GUERREIRO RAMOS, Alberto. **A nova ciência das organizações**: uma reconceitualização da riqueza das nações. 2ª Edição. Rio de Janeiro: FGV, 1989.

INSTITUTO ETHOS. **Dúvidas freqüentes**. Disponível em <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em 10/09/2004.

MATTE, Joni A. **Entrevista concedida pelo Presidente do Sindicato da Indústria da Marcenaria no Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, em 28/01/2004.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MENDONÇA, Ricardo C. de; GONÇALVES, Julio C. de S. Responsabilidade Social nas empresas: uma questão de imagem ou substância? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26, 2002, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2002. 1 CD.

PAOLI, Maria C. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. In: SANTOS, Boaventura de Sousa. **Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa** (Org.) Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

POCHMANN, Márcio. Sindicalismo Patronal Brasileiro: auge e declínio. In: **São Paulo em Perspectiva**. Vol. 12, n.1, p.16-29, 1998.

RIBEIRO, Humberto. **Percepções e indicadores de próximos acontecimentos importantes para as Lideranças Jovens, fruto da reunião anual do Fórum Econômico Mundial**. Disponível em <http://www.fajers.com.br/FAJERS_v2003_ARTIGOS3.htm>. Acesso em 05/08/2003.

SCHROEDER, Jocimari T.; SCHROEDER, Ivanir. Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. **RAE-eletrônica**, v.3, n.1, Art.1, Jan/Jun 2004. Disponível em <<http://www.rae.com.br/electronica>>. Acesso em 30/08/2004.

SOARES, Gianna M. de P. Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!? **RAE-eletrônica**. v.3, n.2, Art.23, Jul/Dez 2004. Disponível em <<http://www.rae.com.br/electronica>>. Acesso em 30/08/2004.

SECRETARIA DO TRABALHO, CIDADANIA E ASSISTENCIA SOCIAL. **Notícia sobre a Lei de Solidariedade**. Disponível em <http://www.stcas.rs.gov.br/fgtas/noticias_indice.php>. Acesso em 20/01/2004.

SERVA, Mauricio. A racionalidade substantiva demonstrada na prática administrativa. **Revista de Administração de Empresas**, v.37, n.2, p.18-30, Abr./Jun. 1997.

TADANO, Patrícia T. **Responsabilidade social e jovens empresários**. Disponível em <http://www.fajers.com.br/FAJERS_v2003_ARTIGOS.htm>. Acesso em 05/08/2003.

WEBER, Max. **Economía y sociedad**. México: Fondo de Cultura Mexicano, 1964.