

A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL SEGUNDO AS EMPRESAS PAULISTAS¹

JACIANE PIMENTEL MILANEZI REINEHR²

INTRODUÇÃO

Este artigo propõe uma reflexão em torno de mudanças na ação empresarial de um grupo de empresas paulistas praticantes do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), à luz das mudanças nas crenças capitalistas ocidentais, ou seja, no “espírito do capitalismo”. Por “mudanças na ação empresarial”, entendem-se mudanças nos sentidos subjetivos e compartilhados que essas empresas elaboram em relação à sua função na sociedade de modo de produção capitalista, e como sentidos subjetivamente compartilhados ao modelo da RSE.

A partir de um olhar explicativo para o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) atento às mudanças no espírito do capitalismo ocidental, elucida-se esse duplo aspecto da ação empresarial, a identificação dos sentidos que essas empresas socialmente responsáveis fornecem a si como organização, e a identificação de sentidos que essas empresas fornecem ao fenômeno que intitulam de Responsabilidade Social Empresarial.

1 O artigo apresenta resultados da dissertação de mestrado, defendida no Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UnB), em julho de 2011, com apoio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e do Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação da UnB.

2 Mestre em Sociologia pela Universidade de Brasília (UnB).
E-mail: jacianemilanezi@gmail.com.

Elucidam-se, então, sentidos subjetivamente compartilhados ao fenômeno da RSE de forma a colaborar para a compreensão deste a partir da intencionalidade desses agentes, com auxílio do quadro macro de mudanças no sistema valorativo do capitalismo ocidental.

Parte-se do entendimento de empresa como um microcosmo onde se reproduzem as transformações do sistema econômico para o qual atua (Sainsaulieu e Kirschner 2006). As mudanças sofridas pelo capitalismo são recepcionadas, em seu todo ou em partes, pelos sujeitos atuantes nessa organização. Eles veem essa entidade capitalista como um espaço de atuação, autodefinição e socialização. Organizam-se em torno do processo produtivo de forma a promoverem ou dificultarem mudanças.

Na empresa, se observa com privilégio fenômeno recente no âmbito do capitalismo, o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), interpretado no artigo como um ideal de relação entre empresa e sociedade da contemporaneidade, favorecido pelas transformações da força motriz do sistema de produção capitalista – o “espírito do capitalismo”. Diante dessa compreensão, reflete-se teoricamente sobre a evolução valorativa do capitalismo ocidental com o intuito de identificar em que momento este modo de produção passou a animar a RSE.

De acordo com o Instituto Ethos, principal instituto de fomento do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no Brasil – criado nos anos de 1990, no Estado de São Paulo, a partir da congregação de empresários paulistas, com a missão de mobilizar as empresas brasileiras a gerirem seus negócios pelo modelo – Responsabilidade Social Empresarial é uma forma de gestão definida 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” (Ethos).³

Pela definição acima, percebe-se que o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) fomentado no país demanda das empresas uma atuação reticular em três dimensões: econômica, social, ambiental. Esta atuação deverá ser pautada por relações éticas com os diversos públicos com os quais a empresa se relaciona. A empresa é demandada, então, a ir além da função econômica clássica racional de reprodução do lucro (Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial 2011, 2008, 2007, 2006).

Pesquisas no âmbito das ciências sociais em torno do modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) identificam o pensamento religioso progressista católico, o processo de redemocratização do país, o comportamento político de um grupo de empresários, a presença de institutos estrangeiros e a pressão da sociedade civil organizada, como as influências majoritárias para a aproximação das empresas brasileiras ao modelo (Cappelin e Giuliani 2004; Cappelin e Giffoni 2007; Costa 2006; Gomes 2009; Jacques 2010; Lobo 2006; Pereira 2007; Sartore 2010). Para além dessas variáveis já elucidadas pelos pares, a contribuição do artigo é jogar luzes na animação do fenômeno da RSE a partir de um contexto global de mudanças valorativas capitalistas ocidentais, bem como explorar a intencionalidade de agentes da RSE.

Importante destacar que um elemento da gênese da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) identificada por essas pesquisas, que justifica a busca por sentidos entre empresas paulistas, é a centralidade da organização do fenômeno no Estado de São Paulo. A partir do empresariado paulista, há a ressonância do modelo para o restante do país. Percebe-se que esse fenômeno foi majoritariamente animado no país por grupos de instituições

3 Fonte: Site do Instituto Ethos: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>.

paulistas,⁴ desde o histórico católico-caritativo do modelo, passando pela etapa tecnicista do Investimento Social Privado (ISP), chegando à nomenclatura de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), até a recentíssima tendência de opção pelo termo Sustentabilidade.

Este estudo de processos de mudanças ampara-se em marcos teóricos que permitem a compreensão da ação pelos próprios agentes, respectivamente, a Sociologia Compreensiva e a Sociologia Pragmática Francesa.⁵ A primeira é utilizada com o objetivo de enfatizar o sentido subjetivamente compartilhado atribuído pelo grupo delimitado à ação empresarial socialmente responsável. Com a segunda, elucidam-se as operações críticas dentre o grupo a partir do ferramental metodológico dos diferentes regimes de justificação da contemporaneidade, de forma a melhor compreender o sentido dessa ação.

Da Sociologia Compreensiva, o apoio na categoria “ação social” (Weber 1999) – tipo de comportamento humano dotado de sentido subjetivo e compartilhado – possibilita melhor compreender o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) pela apreensão do sentido subjetivamente atribuído ao modelo pelo grupo pesquisado. Também, por meio dos tipos ideais weberianos, com foco na “ação social racional referente a fins” (Weber 1999), revisita-se o valor da racionalidade da modernidade

4 Destaque para: Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE), Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial (FIDES), Câmara Americana de Comércio de São Paulo (AMCHAM/SP), Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), Fundação ABRINQ, Instituto Ethos.

5 Uma reflexão mais aprofundada sobre as categorias das sociologias Compreensiva e Pragmática e a relação entre ambos marcos teóricos estão presentes no primeiro capítulo da dissertação que enseja ao artigo. Ver: Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr. “A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista.” Capítulo 1: Ação social – de Max Weber a Luc Boltanski e Laurent Thévenot. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade de Brasília, 2011.

europeia⁶ para contrapô-lo a crenças concorrentes que o sistema capitalista ocidental passou a incorporar. Por fim, a noção “espírito do capitalismo” (Weber, 2004) – a força motriz que conduz a forma econômica – é retomada para verificar as mudanças em seu conteúdo que animaram a RSE.

Da Sociologia Pragmática Francesa, complementa-se a análise da ação empresarial socialmente responsável a partir do uso das “justificações” (Boltanski e Thévenot 1999, 2006) que os empresários apresentam para o engajamento na Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Com as Cidades, os sentidos fornecidos à ação pelo grupo são mais bem elucidados, especialmente, pela recorrência à Cidade Industrial e à Cidade por Projetos (Boltanski e Thévenot 1999, 2011; Boltanski e Chiapello 2009). A categoria “espírito do capitalismo”, atualizada pela Sociologia Pragmática (Boltanski e Chiapello 2009), é usada para identificar as transformações valorativas no sistema favoráveis à RSE.

Sublinha-se que ambas as teorias enfatizam o agente. Essas abordagens tratam os indivíduos com maior grau de reflexividade do que outras abordagens sociológicas que partem do pressuposto de que os agentes internalizam inconscientemente a realidade coletiva. Como se buscou elucidar a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) a partir de quem a portava, as empresas por meio dos seus representantes centrais, optou-se por assumir esses marcos sociológicos que sublinham a reflexividade do indivíduo. Como interpreta Cohn (1979, 93), o agente é a “única sede efetiva, empírica, possível do sentido”.

6 Em relação ao conceito de modernidade, a pesquisa levou em consideração as condições da singularidade da modernidade no Brasil, com base em Jesse Jose Freire de Souza e Luiz Jorge Werneck Vianna, ao tratar da transposição do ideário norte-americano da RSE para o Brasil. Ver: Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr. “A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista.” Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade de Brasília, 2011. Essa singularidade é retomada em reflexão posterior sobre a RSE na América Latina. Ver: Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr, “Percepções latino-americanas da responsabilidade social empresarial” (apresentação no Encontro Internacional de Ciências Sociais, Pelotas, RS, 2012).

O artigo, inicialmente, joga luzes no fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) a partir do olhar macro à atualização⁷ valorativa do capitalismo ocidental. Reflete-se teoricamente sobre a transformação nas crenças do capitalismo com o intuito de identificar em que momento histórico este modo de produção animou a proposta da RSE e de que forma. Para isso, faz-se uma relação entre as mudanças no conteúdo dos espíritos do capitalismo e a evolução da organização da RSE. Identifica-se que este fenômeno foi animado por convenções concorrentes do capitalismo. Inicialmente, pela racionalidade. Posteriormente, por outros valores que o sistema passou a contemplar, como o conexionismo.

Em seguida, apresentam-se os procedimentos metodológicos da pesquisa. Busca-se informar ao leitor os motivos que levaram o estudo a empresas com as características de serem nacionais, paulistas, privadas e praticantes do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Além, são esclarecidos os métodos utilizados na pesquisa. Também, por meio desses procedimentos, é possível sublinhar percalços de pesquisa que se tornam dados para os que investigam mundos empresariais.

Por fim, o artigo apresenta os dados empíricos levantados pela pesquisa, os sentidos fornecidos pelo grupo paulista relativos à função da empresa na sociedade capitalista contemporânea e ao modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Esses dados auxiliam a decomposição do fenômeno da RSE a partir das intencionalidades de empresas praticantes da RSE, e não apenas pelos sentidos objetivos difundidos pelos institutos empresariais. Reforçam que o fenômeno se apresenta no país com uma contradição, ao mesmo tempo em que fomenta um capitalismo racionalizado por causa do aspecto legalizador do modelo,

7 No decorrer do artigo, as palavras “atualização”, “mudanças”, “transformações”, “revigoramento” e “revitalização” não são empregadas para designar um julgamento de valor favorável em torno do sistema capitalista, mas como indicativo de que o conjunto valorativo que sustenta este modo de produção econômica, o “espírito do capitalismo”, passou por diferenciações.

flexibiliza a racionalidade a partir do apelo à convenção conexionista de um recente “espírito do capitalismo”.

RELAÇÃO ENTRE MUDANÇAS VALORATIVAS DO CAPITALISMO E ORGANIZAÇÃO DA RSE

Toma-se como prioritário para a compreensão do fenômeno da RSE a categoria weberiana “espírito do capitalismo”⁸, aquele conjunto de crenças próprio deste modo de produção que o sustenta e se reformula no decorrer dos tempos (Weber 2004). A partir dessa noção, é imprescindível refletir sobre como as mudanças nesse conjunto de crenças capitalistas possibilitaram a previsão da ação empresarial para além da econômica, como preconiza o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) na atualidade.

Para o período e a localidade que Weber (2004) analisa, ele nos indica que o “espírito do capitalismo” – cuja racionalidade econômica foi animada pela racionalidade da ética protestante – possuía como elementos principais o dever da aquisição, a exaltação do trabalho, a alocação do tempo para a aquisição de riqueza, a constante reprodução da riqueza, o exercício da pontualidade, o exercício da honestidade, a presteza, a habilidade, a filosofia da avareza. Todos os comportamentos do estilo de vida capitalista contidos nesse espírito serviam ao dever da aquisição, nos moldes da “ação racional referente a fins” (Weber 1999).

O próprio Weber (2004) sublinha que o espírito do capitalismo é datado historicamente e tem significação cultural. Aquele conteúdo que o autor identificou não será o mesmo em outros períodos. Nesse sentido, estudo empírico recente da Sociologia

8 Uma reflexão mais aprofundada sobre a construção por Max Weber do termo espírito do capitalismo está presente no segundo capítulo da dissertação que enseja ao artigo. Para fins do artigo, apenas é apresentada a conceituação weberiana do termo para, em seguida, analisar as mudanças em seu conteúdo. Ver: Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr. “A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista.” Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade de Brasília, 2011

Pragmática Francesa, *O novo espírito do capitalismo*, de Luc Boltanski e Ève Chiapello, indica que o “espírito do capitalismo” passou por mudanças em seu conteúdo no decorrer dos séculos XIX e XX. Nessa obra, os autores identificaram os processos de transformação no “espírito do capitalismo”, a configuração do atual espírito e uma nova Cidade⁹ na qual os indivíduos se apoiam para justificar seu engajamento na ação capitalista contemporânea.

Boltanski e Chiapello (2009) complementaram a categoria weberiana “espírito do capitalismo” ao defini-la como o conjunto de crenças de engajamento às atividades econômicas capitalistas. Para os autores, é o responsável por engajar os principais protagonistas no sistema: os grandes proprietários, os diretores assalariados, os administradores de fundos, os acionistas e os gerentes. Também identificaram que o “espírito do capitalismo” sempre possuiu três dimensões, independentemente da variação do seu conteúdo entre os anos: entusiasmo, garantia e bem-comum. Entre os séculos XIX e XX, esses elementos sempre estiveram presentes em três espíritos do capitalismo, mas com conteúdos diferenciados.

O primeiro espírito do capitalismo, do final do século XIX, tem como características principais o caráter familiar e o empresário individual. Na ausência da figura da empresa burocrática do segundo espírito do capitalismo ou da empresa em redes do terceiro espírito do capitalismo, a forma econômica capitalista era conduzida no seio da família. O que atraía as pessoas a se engajarem no capitalismo era a especulação, a inovação, o risco (entusiasmo). O usufruto dos resultados da ação capitalista era assegurado pela avaréza (garantia). O que justificava o engajamento no capitalismo era a crença no benefício do sistema para o progresso da sociedade (bem-comum).

9 “Cidades”, na Sociologia Pragmática Francesa, é uma categoria que compreende convenções ideais evocadas pelos indivíduos para orientar suas operações críticas nos momentos de desacordos (Boltanski e Thévenot 1999, 2006).

De acordo com Boltanski e Chiapello (2009), os protagonistas do primeiro espírito do capitalismo baseavam suas justificações de engajamento no sistema na Cidade Doméstica¹⁰ mais do que em qualquer outro regime de justificação. A recorrência dos indivíduos ao princípio superior comum da hierarquia era maior do que o apelo à racionalidade. É por esse motivo que os autores consideram que o conjunto de crenças do capitalismo do final do século XIX está ancorado, principalmente, no tipo ideal da Cidade Doméstica.

O segundo espírito do capitalismo, prevalecente entre os anos de 1930 e 1960, tinha como características principais a empresa burocrática, uma massa de dirigentes assalariados e a figura heróica do diretor. O conteúdo do espírito mudou em comparação ao primeiro a partir da crítica radical dos protagonistas do sistema em relação às crenças hierárquicas do primeiro espírito. Neste novo período, os capitalistas abominavam o caráter familiar, o nepotismo, a promoção por fidelidade, comportamentos típicos do feudalismo. O novo espírito capitalista buscava definitivamente alocar a racionalidade na ação econômica.

O que passou a atrair as pessoas a se engajarem no capitalismo foi a oportunidade de fazer carreira na organização e a possibilidade do consumo em massa por meio do processo aquisitivo (entusiasmo). O que assegurava às pessoas o usufruto futuro dos resultados da ação capitalista era a racionalização das carreiras (garantia). O que justificava o engajamento ao sistema era o ideal industrial do espírito anterior, fortalecido no segundo espírito do capitalismo (bem-comum). Paralelo ao ideal industrial,

10 De acordo com a Sociologia Pragmática Francesa, a Cidade Doméstica tem como princípio superior comum a hierarquia. As pessoas se definem pela posição determinada que ocupam numa rede de dependências pessoais. A importância das pessoas é avaliada em função dessa posição, da sua confiabilidade em relação ao superior, da lealdade, do seu lugar apropriado. Objetos materiais auxiliam nessa classificação, tais como os títulos, os cartões de visita, as vestimentas. Grande é aquele que detém a superioridade na hierarquia ou que é distinto nessa ordem, como o são os ancestrais, o pai, o líder. As relações são sempre de superioridade e subordinação (Boltanski e Thévenot 1999, 2006).

surgiu um cívico, com o mito de que a forma econômica capitalista solidarizava a produção, o consumo e a justiça social.

Como identificam Boltanski e Chiapello (2009), os protagonistas do segundo espírito do capitalismo possuíam suas justificações ancoradas mais na Cidade Industrial¹¹ e no princípio superior da eficácia, do que em qualquer outro mundo valorativo. A exacerbação da racionalidade é evidente em todas as dimensões do segundo espírito do capitalismo, seja no que entusiasmava as pessoas, na expectativa futura de usufruto ou na justificação para o engajamento.

A partir dos anos 1960, em um novo processo de crítica radical aos princípios do espírito antecedente, os protagonistas do capitalismo passaram a atacar a crença racional. Houve uma crítica à racionalidade, mas não o desejo da sua extinção. Os executivos estavam insatisfeitos com o papel de meros transmissores de ordens, sem autonomia de atuação, sem poder de decisão, sem liberdades, vítimas da burocracia organizacional. Como solução a esses problemas, propuseram a descentralização das decisões, a flexibilização da burocracia, a avaliação por meio da meritocracia e por uma administração por objetivos.

É esse segundo movimento de crítica radical que culminará, na década de 1990, no terceiro espírito do capitalismo, vigente até o momento e não acabado. Tem como característica principal a globalização das organizações, representada pelas multinacionais. Apesar de internacionalizadas, as empresas são mais enxutas, atuantes em redes, pois suas atividades se dão por meio de projetos temporários e não mais por tarefas burocráticas

11 De acordo com a Sociologia Pragmática Francesa, a Cidade Industrial tem como princípio superior comum a eficácia. O estado de grandeza é ser o mais produtivo, o mais funcional, o mais útil. As relações ocorrem em função da funcionalidade que os seres apresentam e as pessoas são avaliadas a partir da sua capacidade de produção. Há claramente neste regime de justificação uma hierarquia de qualificações: os gerentes, os supervisores, os técnicos. Os objetos que habitam essa cidade são todos voltados para a mensuração da eficácia, tais como relatórios, índices, avaliações (Boltanski e Thévenot 1999, 2006).

duradouras. A figura representativa do espírito vigente é o gerente como um líder carismático.

O que passa a atrair as pessoas a se engajarem no capitalismo é o poder de escolher no que se envolver, em diferentes projetos que valham a pena, coordenados por uma pessoa excepcional (entusiasmo). O que assegura às pessoas o usufruto dos resultados da ação capitalista é a empregabilidade nos projetos e não mais as carreiras (garantia). Ser empregável, no sentido de ter competências para se envolver em diferentes projetos, é mais importante do que galgar posições hierárquicas na empresa. Por fim, o que justifica o engajamento é o ideal cívico expandido que inaugura uma ação capitalista que legitima a obtenção do lucro (bem-comum).

Boltanski e Chiapello (2009) identificam que os protagonistas do capitalismo vigente não recorrem nem à Cidade Doméstica nem à Cidade Industrial, mas à Cidade por Projetos.¹² É neste novo regime de engajamento que se apoiam os protagonistas para justificarem sua contínua adesão à ação capitalista, principalmente, se for levado em consideração o constante apelo às conexões advindas da nova forma de se trabalhar por projeto. Este é o princípio superior comum da nova convenção, considerado um *locus* abstrato de conexões entre as pessoas. Estas vivem em função desse instrumento e não pela posição na hierarquia familiar, típico do primeiro espírito capitalista, nem em função das regras burocráticas, típico do segundo espírito do capitalismo.

12 De acordo com a Sociologia Pragmática Francesa, a Cidade por Projetos é elaborada a partir do estudo empírico sobre as "justificações" dos empresários, no século XX, para se engajarem ao capitalismo. O princípio superior comum é o projeto. Os sujeitos e objetos desta Cidade são habituados a um mundo conexcionista. Não é mais o espaço das relações hierárquicas e nem burocráticas, mas das relações reticulares. Nesse ambiente, na ausência do pátrio poder e dos chefes, as pessoas são autônomas. Elas próprias definem os rumos do seu desenvolvimento profissional pela livre escolha em qual projeto profissional se engajar (Boltanski e Chiapello 2009).

O estudo francês indica que durante o período proeminente do segundo espírito do capitalismo, as convenções às quais os protagonistas mais recorreram para se justificarem foram as da Cidade Industrial, Cidade Doméstica e Cidade Mercantil, nesta ordem. Já em relação ao terceiro espírito do capitalismo, os protagonistas continuam a recorrer à Cidade Industrial, primeiramente. Em seguida, à Cidade por Projetos. Depois, à Cidade Mercantil. Interpreta-se que a lógica industrial, a racionalidade, continua a guiar a ação capitalista predominantemente. Contudo, a lógica por projetos é identificada como um novo conjunto de disposições que concorrem com a racionalidade (Boltanski e Chiapello 2009). Compreender, então, a ação capitalista contemporânea exige referências à racionalidade e, também, a novas convenções contraditórias àquela.

Nesse contexto de mudanças no “espírito do capitalismo”, o objetivo de elucidar mudanças na ação empresarial brasileira a partir do fenômeno da RSE demanda refletir sobre o quanto essas mudanças do capitalismo favoreceram à organização do ideal contemporâneo de relação entre empresa e sociedade, e em que termos. Essa reflexão é possível a partir de uma análise relacional entre conteúdos datados historicamente da RSE e os conteúdos acima apresentados dos “espíritos do capitalismo”.

Como nos indica Carroll (2008), a ideia de RSE se origina da filantropia, expressão que denota o conteúdo da relação entre empresa e sociedade no início do século XIX até meados dos anos de 1950. A figura emblemática desse período é o empresário individual que alocava parte da sua fortuna à caridade. Dentro da sua empresa, ele provia clínicas, casas de banho, lanchonetes, espaços recreativos e religiosos aos trabalhadores. O único intuito era resguardar a lealdade e a produtividade dos seus funcionários.

Do relato do autor em relação ao período filantrópico, depreendem-se algumas características e elementos típicos do primeiro espírito do capitalismo. Percebe-se a figura do empresário individual como filantropo e não da organização empresa. As

relações entre patrões e assalariados são personalistas. O foco das práticas filantrópicas incidia em um único público, o trabalhador. Em relação à busca por produtividade, isto poderia nos remeter à racionalidade do segundo espírito do capitalismo. Contudo, lembremos o alerta de Boltanski e Chiapello (2009) de que o primeiro espírito do capitalismo é paradoxal ao garantir o usufruto contínuo das benesses do capitalismo pela filosofia da avareza e, paralelamente, pelo tradicionalismo econômico.

Segundo Carroll (2008), é em 1953 que a expressão comumente utilizada Responsabilidade Social Empresarial é cunhada, pelas reflexões do economista Howard Bowen, na obra *Social Responsibility of the Businessman*, que a conceitua como “as obrigações do **homem de negócios** em buscar aquelas políticas, aquelas decisões, ou em seguir aquelas linhas de ações que são desejáveis em termos dos objetivos e valores da sociedade” (Bowen apud Carrol 2008, 25, tradução e grifos meus).

O fato de a relação entre empresa e sociedade passar a ser cunhada por uma nova expressão, diferente de filantropia, não significa que a relação entre empresa e sociedade tenha automaticamente mudado. Também, não é a partir da data emblemática de 1953 que o modelo é institucionalizado nas empresas como uma forma de gestão. Observa-se o início da busca por expressões que denotem um incipiente movimento de mudanças no conteúdo da relação entre empresa e sociedade. Apesar dos esforços de conceituação da relação, as práticas seguiram essencialmente filantrópicas.

Por exemplo, no Brasil, até os anos de 1960, se identificam expressões como filantropia a partir do discurso de instituições católicas, como da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE). O que essa organização religiosa buscou foi fomentar a superioridade dos ideais cristãos em relação aos interesses privados econômicos entre o empresariado católico. O sentido que forneceu à RSE foi o de uma responsabilidade individual do empresário, como algo acima do interesse privado e com forte centralidade na relação com o empregado. Como

interpretará Lobo (2006), o foco religioso da filantropia na relação capital-trabalho teve por objetivo implícito minimizar revoltas proletárias.

Pode-se interpretar que o sistema valorativo predominante do capitalismo da década de 1960 é do segundo espírito do capitalismo, marcado pelo valor da racionalidade. A cultura capitalista à época, muito apoiada na Cidade Industrial, onde as coisas materiais e imateriais são julgadas em função da sua eficiência ao propósito da reprodução do lucro, não conseguia prever uma utilidade racional ao que se começou a denominar de Responsabilidade Social Empresarial. Não se identificam recomendações em torno disso nos regulamentos empresariais da época, como feito hoje. O clássico modelo da organização científica estabelecia apenas eficiência, previsão, organização, comando, coordenação e controle.

É diante da imprevisibilidade de uma função racional à Responsabilidade Social Empresarial pelo aparato burocrático da empresa que as práticas continuaram eminentemente filantrópicas. Se até 1950 os comportamentos eram filantrópicos em função das relações patrimonialistas entre patrão e empregado, a partir de 1960 continuaram filantrópicos em função da supremacia da racionalidade. As primeiras ideias do que fosse RSE estavam ainda voltadas para o empresário individual e não para a empresa capitalista moderna. O foco ainda era o empresário como pessoa e não a organização empresa.

Se havia concepções de cunho cívico fornecidos à RSE, ocorriam em função do incipiente ideal cívico do elemento do bem-comum do segundo espírito do capitalismo. Dessa forma, o ideal cívico é o primeiro suporte a um novo conteúdo de relação entre empresa e sociedade que procura se diferenciar dos conteúdos caritativos da filantropia.

Entre os anos de 1970 e 1990, as contínuas tentativas de conceituar o modelo de RSE ratificaram o ideal cívico das versões anteriores, inauguraram uma diversidade de públicos com os

quais as empresas deveriam se relacionar, fortaleceram o cumprimento empresarial da lei e fomentaram comportamentos para além da prescrição legislativa. As práticas comumente identificadas por Carroll (2008) nesse período histórico são de dois tipos, regulamentadas por leis e as de caráter voluntário. Ambos os tipos estão relacionados com outros públicos, apesar ainda da incidência no trabalhador.

Retomando-se o caso brasileiro, agora datado na década de 1980, percebe-se uma pressão de entidades do próprio meio empresarial para um comportamento politizado dos empresários. Ilustrativo é o papel do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), cujo processo de criação pode ser considerado como o primeiro “desacordo”¹³ entre o empresariado brasileiro impactante à futura organização da RSE no país.¹⁴

A criação do Pensamento não ocorre porque o empresariado brasileiro desejava fomentar a RSE no Brasil. Esta, nem era objeto de discussão entre os expoentes do PNBE ainda. A emergência do PNBE é um momento privilegiado de identificação do descontentamento de parte do empresariado nacional com o curso da atuação empresarial no período de redemocratização brasileira, conduzido até então pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP). É reveladora da proximidade de parte do empresariado às convenções de regimes de justificação que favoreceram, posteriormente, a adoção da RSE. Tanto é que os mesmos empresários paulistas que fundaram o PNBE foram os

13 Para a Sociologia Pragmática Francesa, desarcodos não violentos são os momentos privilegiados para a apreensão das justificações dos agentes (Boltanski e Thévenot 2006).

14 Na década de 1990, outra situação de disputa impactante para a organização da RSE no país é o lançamento da campanha pela adoção do Balanço Social pelas empresas pelo Instituto Brasileiro de Análise Social e Econômica (Ibase), na figura de Herbert de Souza (o Betinho). Ver: Jaciane Pimentel Milanezi Reinehr. Responsabilidade Social Empresarial no Brasil: significados e situações de disputa entre o empresariado nacional. In: A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista. 2011. 162 f., il. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

que criaram, em 1998, o Instituto Ethos, que transporta o arsenal de ideias do modelo norte-americano de RSE para o Brasil.

Do período entre 1970 e 1990, percebe-se uma mistura de características e elementos do segundo e terceiro espírito do capitalismo, com uma clara direção ao último. Típico do segundo é a substituição do empresário individual pela organização empresa. Tanto as reformulações do conceito de RSE quanto as práticas fomentadas buscam atingir a empresa como organização e não mais o empresário filantropo. Isso se explica pela ascendência da burocracia como forma organizativa no segundo espírito do capitalismo.

Outro elemento do segundo espírito do capitalismo é a previsão legal dos comportamentos. Muitas das práticas rotuladas de socialmente responsáveis, especialmente as focadas nos trabalhadores, eram advindas de regulamentações estatais que moldavam o comportamento empresarial, típico de um aparato burocrático moderno. Ocorreu uma responsabilidade social empresarial legalizada, pois a imposição da regulamentação estatal em torno de alguns temas era o que pautava a relação de práticas intituladas de socialmente responsáveis.

Um dos elementos típicos do terceiro espírito do capitalismo presente no período é o ideal cívico, a partir da demanda pela atuação da empresa no âmbito da vida pública. De acordo com Melé (2008), a pressão de participação da empresa na vida política, especialmente a partir dos movimentos sociais típicos do período, acabou por ampliar o conceito de cidadania para as empresas, termo antes focado apenas no indivíduo. Não será à toa que, a partir dos anos de 1980, termos como “empresa cidadã” surgem como sinônimos de Responsabilidade Social Empresarial, sugerindo uma definição mais política da relação entre empresa e sociedade, especialmente no Brasil, em seu período de redemocratização.

Outro elemento típico do terceiro espírito do capitalismo é a demanda por relações éticas junto a outros públicos de interesse

da empresa, e não apenas com os funcionários. Nem todas as novas relações estão legalmente prescritas como nos moldes da relação trabalhista, mas se ascende a atenção aos clientes, aos fornecedores, aos governos, à comunidade em torno da empresa. A implementação de novas relações reticulares está em clara referência ao connexionismo do terceiro espírito do capitalismo.

A partir da década de 1990, o conceito de RSE é propagado para o meio corporativo por instituições especificamente organizadas para o fomento da RSE e por organizações multilaterais.¹⁵ É objetivamente definido como um modelo de gestão que estabelece a atuação da empresa na dimensão econômica, social e ambiental. Preconiza-se que, paralelamente à clássica função econômica da empresa, esta deverá atuar também em outras áreas, tais como: direitos humanos, direitos das relações de trabalho, proteção das relações de consumo, meio ambiente, ética, transparência, relação com diversos públicos, governança corporativa (Instituto Ethos 2011, 2008, 2007, 2006).

Essa análise relacional entre mudanças de valores subjacentes ao capitalismo e a construção do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é um aparato explicativo para a compreensão da RSE, pela percepção de um “movimento de deslocamento do capitalismo” (Ventura 2005). O percurso da expressão, de Filantropia à Responsabilidade Social Empresarial – e, muito recentemente, Sustentabilidade – pode ser explicado pelas mudanças sofridas no espírito do capitalismo para continuar a sustentar essa forma econômica perante seus principais protagonistas.

Diante dessa análise relacional, percebe-se a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) como um fenômeno que sempre esteve presente no sistema capitalista, que evoluiu de práticas filantrópicas a como se organiza atualmente em função do conteúdo

15 Destacam-se: Business for Social Responsibility, Instituto Ethos, Global Compact, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), Comissão Europeia, RedEAmérica, Inter-American Development Bank.

do espírito que animou a relação entre empresa e sociedade em cada época. Inicialmente, a relação era intitulada de filantrópica, pois era condizente com o espírito hierárquico do capitalismo à época, amparado nas convenções da Cidade Doméstica. Posteriormente, começa a se organizar como RSE a partir das regulamentações estatais no âmbito de um capitalismo racional, amparado nas justificações da Cidade Industrial. É diante da situação de disputa entre o segundo e o terceiro espírito do capitalismo, a partir das convenções da Cidade por Projetos, que a relação entre empresa e sociedade passou a ser consolidada como RSE, ao ganhar reforços distintivos de um ideal cívico e da lógica conexcionista do espírito vigente do capitalismo.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Após compreensão teórica do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) à luz das mudanças ocorridas na força motriz que anima o capitalismo – o “espírito do capitalismo” – partiu-se para averiguar mudanças na ação empresarial dentre empresas brasileiras consideradas socialmente responsáveis. Importante novamente destacar que a pesquisa estabelece “mudanças na ação empresarial” como mudanças em sentidos subjetivamente compartilhados à função da organização empresa na sociedade capitalista, e como sentidos subjetivamente compartilhados ao modelo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Dessa forma, para a apreensão desse duplo aspecto, a pesquisa empírica ocorreu dentre empresas com as seguintes características: privadas, nacionais, com atuação econômica no Estado de São Paulo e com alguma prática do modelo de RSE. A característica de empresa privada, desconsiderando-se empresas públicas ou mistas, se justifica pelo fato de que o interesse da pesquisa estava em empresas tipicamente capitalistas, cuja função racional fosse a reprodução do lucro no processo produtivo. O foco era em observar como as atividades de reprodução do lucro e as práticas socialmente responsáveis se encontrariam.

Em relação à característica de empresa nacional, de capital majoritariamente nacional, excluindo-se as empresas estrangeiras, isso ocorreu pelo interesse da análise em empresas brasileiras. As estrangeiras trazem de seus contextos originais concepções próprias sobre o modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e o interesse era em elucidar concepções singulares dentre as empresas brasileiras.

Referente à particularidade de empresa paulista, isto se justifica pela centralidade de São Paulo no histórico do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) no país. Como mencionado anteriormente, uma gama de institutos paulistas e de empresários paulistas¹⁶ são atores centrais na organização da RSE como um modelo de gestão, em todo o percurso que esse fenômeno traça da filantropia como é hoje definido. A forte influência do empresariado paulista conduziu a pesquisa a levantar sentidos dentre as empresas paulistas.

A característica de ser empresa com prática de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) ocorreu, pois a pesquisa buscava sentidos de agentes do modelo de RSE e, dessa forma, não poderia incluir empresas que não fossem praticantes de comportamentos rotulados de socialmente responsáveis.

Estabelecidas as características das empresas que seriam de interesse para a pesquisa, a maneira inicial encontrada para identificá-las foi a lista de empresas associadas ao Instituto Ethos, disponível ao público no sítio do mesmo. Esta não é a única forma de identificação de empresas com essas características. Por exemplo, existem empresas que divulgam implementar o modelo de RSE e se orientam a partir da entidade de classe

16 Destaque para: Oded Grajew, ex-proprietário da Grow (empresa de brinquedos); Emerson Kapaz, ex-proprietário da Elka (empresa de brinquedos); Sérgio Mindlin, filho de José Mindlin, herdeiro da empresa Metal Leve (empresa de peças automobilísticas, adquirida pelo Grupo Mahle); Hélio Mattar, ex-diretor da Dako Fogões; Eduardo Capobianco, ex-presidente do Sindicato da Indústria da Construção Civil do Estado de São Paulo; Guilherme Leal, presidente da Natura Cosméticos; Ricardo Young, ex-presidente do Yázigi International.

representativa do seu setor. Contudo, para a pesquisa, a identificação de empresas brasileiras aproximadas ao modelo da RSE se deu pelo Instituto Ethos em função deste ser um ator central na história do desenvolvimento do fenômeno no país e na ressonância deste modelo para as outras regiões.

No sítio do Ethos, há uma lista pública com nome e *website* das entidades associadas ao mesmo, por estado da Federação. Inicialmente, foram identificadas 1.355 entidades associadas ao Ethos.¹⁷ Sublinha-se que são empresas associadas, não necessariamente praticantes do modelo de RSE. Destas, considerou-se apenas aquelas com atuação econômica em São Paulo, pelos motivos já mencionados, o que levou a um montante de 727 entidades. Importante destacar que das 1.355 entidades associadas ao Ethos, mais de 50% se concentram no Estado de São Paulo.

Por motivos de política de confidencialidade, o Ethos não forneceu nenhuma informação sobre as 727 entidades associadas do Estado de São Paulo. Diante da recusa, foram analisados individualmente os *websites* dessas entidades paulistas para identificar a natureza jurídica delas haja vista que a pesquisa tinha interesse apenas por empresas que fossem privadas e nacionais. Importante informar que foram identificadas empresas de diversos tipos, surpreendente à expectativa de que apenas o setor empresarial estivesse presente na listagem, tais como: privadas, públicas, nacionais, estrangeiras, grupos empresariais (*holdings*), empresas sem atuação em São Paulo, cooperativas, associações, instituições filantrópicas, fundações sociais, consultorias na área e consultores. Após a classificação pela natureza jurídica, sobraram 437 empresas de interesse, todas paulistas, privadas e nacionais.

17 Último acesso ao sítio do Ethos para atualização do número de associadas para fins da pesquisa ocorreu em 05/10/10, quando este contava com 1.355 associadas. Atualmente, o Instituto conta com 1.501 associadas. Fonte: sítio do Ethos: <<http://fenix.ethos.org.br/ListaAssociadasPorPorteEstado.aspx>>. Acesso em: 13 nov. 2012.

Dessas 437, foram excluídas 102, por total falta de informações sobre as mesmas, sobrando 335 empresas. Eram empresas registradas pelo Instituto Ethos na listagem do Estado de São Paulo, mas sem indicação de seus *sites*. Em novo contato com o Instituto para solicitar o *site* dessa centena de empresas ou informação sobre um representante das mesmas, não foi fornecida nenhuma das duas informações por motivos de confidencialidade. Apesar dessa centena de empresas estarem publicamente listadas, não se poderia contatá-las.

Entre essas 335 empresas, foi necessário outro processo de classificação, a partir do levantamento de se essas empresas já possuíam alguma prática ou não do modelo de RSE. Como a pesquisa se propôs a analisar os sentidos que empresas socialmente responsáveis passariam a fornecer à sua ação empresarial e ao modelo de RSE, seria imprescindível ter no universo apenas empresas que já praticavam algo.

Essa identificação ocorreu pela análise dos *sites* das empresas,¹⁸ contato por *e-mail* e telefone com a pessoa competente pela área. Se no *site* da empresa havia informação satisfatória sobre alguma prática, essa empresa foi considerada. Se no *site* da empresa não havia informações satisfatórias, foi feito contato por telefone e por *e-mail*, questionando se a empresa considerava já implantar alguma prática.

Esse questionamento levou à identificação de 184 empresas com alguma prática, 17 sem nenhuma prática e 134 sem informação sobre práticas. O levantamento desse dado foi controverso entre as empresas, pois, aparentemente, era uma pergunta sensível às mesmas. O retorno lento das empresas com essa informação, o que exigiu mais de um contato telefônico e a formalização do

18 Sobre o uso da *internet* para divulgação da RSE, ver: Andressa Silverio Terra França, Jose Ricardo Favoretto, e Sérgio Soares Braga. "Estratégias de responsabilidade social das empresas na internet: uma análise comparativa dos conteúdos dos websites corporativos no Brasil." *Revista de Gestão Social e Ambiental* – RGSA 5 (3) (set./dez. 2011): 150-167.

questionamento perante níveis superiores, levou a pesquisa a não mais insistir com esse montante de empresas (134) que não quiseram informar se praticavam ou não a RSE; apesar de associadas ao Instituto Ethos.

Dentre as 184 empresas selecionadas – nacionais, privadas, paulistas, com alguma prática da RSE – ainda era necessário identificar os responsáveis nessas empresas pela área de RSE, em função do interesse da pesquisa em ter como respondentes os responsáveis pela implantação do modelo. O processo de levantamento dos dados dos responsáveis foi problemático, pois apesar de contatos já anteriores, 17 empresas não quiseram fornecer as informações dos responsáveis para o convite oficial à pesquisa, ficando 167 empresas como universo.

A partir das etapas acima explicitadas, partiu-se para realizar um questionário entre essas 167 empresas, convidadas oficialmente a participarem da pesquisa por meio de *e-mail* direcionado aos representantes, que os conduzia ao ambiente virtual onde se hospedou o questionário por aproximadamente um mês, entre outubro e novembro de 2010.

Das 167 empresas oficialmente convidadas, 35 preencheram por completo o questionário e foram seus dados que compuseram o conjunto de respostas consideradas para análise da pesquisa.¹⁹ Dessas 35 empresas, 45,7% eram de grande porte, 22,9% de médio, 22,9% de pequeno e 8,6% microempresas. Eram empresas do setor secundário e terciário, atuantes em áreas econômicas diversas, não sendo do interesse da pesquisa a clivagem por área econômica, mas sim o ideário agregado ao modelo de RSE.

19 Empresas que responderam por completo o questionário: 24X7, Banco Bradesco, Banco de Eventos, Banco Itaú, Doceria Beijinho Doce, Beraca Sabará, BicBanco, Brazil Foods, Colégio Lacordaire Sant'Anna, Condomínio Conjunto Nacional, Contato.Com, Centro de Tecnologia de Edificações, Disoft, DPaschoal, Editora Globo, Fellipelli, Fersol, Floraterra, Fosfertil, Grupo Estado, Grupo Fleury, J2DA Consulting, Klabin, Luciana Tomas Arquitetura, Iochpe Maxion, Nutrimental, PRVS Corretora de Seguros, RL Sistemas de Higiene, Roge, Rudloff Industrial, Sator Eventos, Serasa, Suzano, Translig, Zanzini Móveis.

O questionário objetivou identificar opiniões e práticas das empresas em torno do modelo de RSE antes da execução das entrevistas semi estruturadas. Por meio daquele, foram solicitadas informações pontuais sobre a empresa, avaliados significados que poderiam ser atribuídos ao modelo de RSE a partir de um rol de considerações preexistentes, e identificada a incidência de implementação de práticas socialmente responsáveis fomentadas pelo Ethos.

Em seguida à execução do questionário, foram realizadas entrevistas semiestruturadas para elucidar os sentidos atribuídos pelas empresas à sua função social, à RSE, às práticas socialmente responsáveis implementadas, bem como as justificativas de engajamento dessas empresas ao modelo de RSE. Foram realizadas entrevistas em 17 empresas²⁰ – dentre as 35 respondentes do questionário – que contaram com a participação de 21 respondentes, em sua maioria gerentes. As entrevistas ocorreram presencialmente, no Estado de São Paulo, nas respectivas empresas – com exceção da última entrevista que foi realizada por telefone da cidade de Brasília – entre novembro e dezembro de 2010. Das 17 empresas entrevistadas, 50% eram de grande porte, 25% de pequeno porte, 19% médio e 6% eram microempresas.

Em relação aos 21 representantes das empresas entrevistados, 52% eram gerentes, 19% fundadores, 19% diretores e 9% técnicos. A busca de representantes em cargos mais altos amparava-se nos dados da importância destes para a manutenção do sistema capitalista na contemporaneidade, especialmente os gerentes. Esses representantes foram convidados a falar institucionalmente pela empresa. Contudo, duas perguntas iniciais nas entrevistas estavam voltadas para organizar minimamente informações sobre os mesmos. Sublinha-se que 58% possuíam familiaridade com o mundo empresarial, pois migraram das áreas

20 Empresas entrevistadas: 24X7, BicBanco, Banco Itaú, Beraca Sabará, Doceria Beijinho Doce, DPaschoal, Editora Globo, Fellipelli, Fersol, Fleury, Iochpe Maxion, PRVS Corretora de Seguros, RL Sistemas de Higiene, Rudloff Industrial, Grupo Estado, Translig Logística.

tradicionais corporativas (administração geral e comercial, recursos humanos e marketing) para a nova área da RSE. Por outro lado, os 28% restantes não possuíam familiaridade com o mundo corporativo até serem contratados especificamente para trabalharem na área da RSE, já que atuavam no terceiro setor ou na administração pública.

Após processo de transcrição das entrevistas, partiu-se para a análise das mesmas por meio de categorias que permitissem responder aos objetivos específicos da pesquisa – os sentidos fornecidos à função empresarial e à RSE. As entrevistas foram analisadas a partir dos seguintes blocos de análises: (1) histórico profissional do representante da empresa e entusiasmo em trabalhar com o tema da RSE; (2) compreensão do modelo de RSE pela empresa – com atenção às definições fornecidas ao modelo, às mudanças de compreensão ao longo do tempo, à relação com agregação de lucro, às opiniões sobre a empresa não socialmente responsável, e à compreensão da função atual da empresa; (3) histórico da RSE na empresa – com atenção às motivações que favoreceram à aproximação ao modelo e à institucionalização do mesmo; (4) práticas da RSE implementadas pela empresa – com atenção a outras não registradas no questionário e às mais enfatizadas; (5) relação da empresa com os institutos de fomento da RSE; (6) as Cidades mais acessadas pelos representantes das empresas para justificar o engajamento na RSE.

O processo de delimitação do universo é revelador de dados que merecem destaque. Inicialmente, a identificação de empresas socialmente responsáveis se apresenta como uma problemática e demanda do pesquisador uma escolha. Os procedimentos de titulação de “empresa socialmente responsável” são variados, desde a auto titulação às certificações construídas no âmbito do próprio empresariado, sem o monitoramento da sociedade civil. Atualmente, fica ausente um controle social genuíno da sociedade civil em torno da rotulação “socialmente responsável”. Este papel já foi preenchido, não mais, pelo Instituto Brasileiro de Análise Social e Econômica (Ibase).

Outro aspecto a ser sublinhado são os critérios de confidencialidade de informações das entidades de fomento do modelo de RSE e das próprias empresas. Por causa da confidencialidade, o processo de levantamento de informações sobre o fenômeno da RSE para a análise do cientista social – informações que nem sempre estão contempladas em relatórios, quando existentes, ou nos sítios das empresas – é excessivamente árduo e revela uma contradição. Os critérios de confidencialidade se contrapõem à demanda do próprio modelo de RSE pelo exercício da transparência da informação em relação às atividades empresariais.

Ainda, a diversidade de tipos de entidades associadas ao Instituto Ethos revela um universo variado de atores que orbitam em torno do modelo de RSE, como o mercado de consultorias e consultores, por exemplo. Essa diversidade de atores ainda merece atenção das pesquisas. Também, indica que estar associado a entidades de fomento da RSE não se traduz em implantação de práticas socialmente responsáveis.

Por fim, a dificuldade da comunicação corporativa em torno da RSE pelas empresas – refletida na qualidade dos sítios, na baixa elaboração de relatórios e na dificuldade de identificação do porta-voz dentro da empresa – revela a sensibilidade e a incipiência do assunto para os próprios agentes da ação socialmente responsável.

A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL SEGUNDO AS EMPRESAS PAULISTAS

Os sentidos atribuídos à empresa capitalista

Como visto, o histórico da RSE revela entendimentos contraditórios entre o empresariado sobre a função da empresa na sociedade. Como um dos exemplos desse antagonismo de percepções, sublinha-se a mencionada situação de disputa entre a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e o

Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), que expõe a clivagem entre um entendimento racional-econômico de empresa – que guiou a ação da FIESP, e outro político-econômico – que animou a criação do PNBE, de onde saíram os principais expoentes fomentadores do modelo de RSE no país.

Diante dos contextos já abordados de mudanças valorativas no capitalismo ocidental e mudanças na ação empresarial brasileira, partiu-se para averiguar as concepções atuais da função da empresa capitalista entre as empresas delimitadas. A análise das entrevistas permitiu agregar dois tipos complementares de concepções majoritárias em relação à função empresarial. De um lado, houve um grupo de respondentes que defendeu com maior veemência as funções clássicas racionais da empresa, aos moldes da “ação social racional referente a fins”. De outro lado, houve um grupo que destacou, preponderantemente, funções para além da clássica econômica, com referências às convenções da “Cidade por Projetos”.

Estes dois tipos de opiniões majoritárias não se apresentaram como antagônicos, mas complementares. O grupo que defendeu com maior veemência a função clássica racional não deixou de apontar, secundariamente, uma função nova, para além da econômica. O grupo que defendeu com maior veemência a função para além da racional, não deixou de sublinhar, posteriormente, a continuação da função econômica. O que ocorreu foi que o segundo grupo inverteu a ordem prioritária de funções da empresa feita pelo primeiro grupo.

As concepções inclinadas, primeiramente, à função econômica racional revelaram que o grupo mantém as características da empresa capitalista racional, típicas do segundo espírito do capitalismo, e condizentes com justificações da “Cidade Industrial”. O outro grupo apelou, inicialmente, às funções não previstas pela racionalidade econômica ao fornecer uma função empresarial aos interesses coletivos e às relações conexionistas da

contemporaneidade; se mostrou mais apoiado nos conteúdos da “Cidade Cívica”²¹ e da “Cidade por Projetos”.

Conforme Tabela 1, observa-se que o encontrado nas entrevistas condiz com um dos dados obtidos no questionário. Neste, 97% das empresas participantes foram contrárias à consideração de número três relacionada à RSE. Para o grupo paulista, a adição de outras funções não econômicas à empresa é perceptível. Os dados levantados no questionário e qualificados nas entrevistas revelaram que essas empresas atribuem duas funções concomitantes à empresa: manutenção da função econômica clássica e inserção de novas funções para além da dimensão econômica. O que se encontrou entre as empresas foi uma autoatribuição de funções que flexibilizam a racionalidade econômica, mas sem abandoná-la.

Isso vai ao encontro do que Boltanski e Chiapello (2009) indicaram, mesmo que, para o caso do capitalismo francês, da necessidade de elucidar a ação capitalista contemporânea por meio de novas convenções que o sistema passou a incorporar a partir dos anos 1990. A lógica industrial – consequentemente, a racionalidade – continua a guiar a ação capitalista predominantemente. Contudo, há uma nova lógica, a por projetos, que surge como um novo conjunto de disposições que ajuda a compreender o capitalismo contemporâneo.

21 De acordo com a Sociologia Pragmática Francesa, a Cidade Cívica tem como princípio superior comum a coletividade e a vontade geral. Os interesses individuais estão em função do interesse coletivo, pois os agentes são naturalmente políticos. Os sujeitos que ascendem ao estado de grande são, na verdade, coletividades. Os objetos exemplares nesse espaço são os de caráter legal, tais como leis, decretos, ordens, códigos. As relações serão as voltadas ao coletivo, como as de associação, de delegação, de mobilização. É considerado uma deficiência nesse mundo agir em função de interesses particulares (Boltanski e Thévenot 1999, 2006).

TABELA 1. TAXA DE CONCORDÂNCIA E DISCORDÂNCIA DO EMPRESARIADO PAULISTA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL EM RELAÇÃO A CONSIDERAÇÕES SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Opções de Resposta	Discorda		Concorda		Total	
	%	Qnt	%	Qnt	%	Qnt
Consideração 1: A responsabilidade social empresarial se refere à cooperação entre as empresas privadas e o Estado, por períodos determinados, para a resolução de problemas específicos que afetam diretamente os negócios da empresa.	77%	27	23%	8	100%	35
Consideração 2: A responsabilidade social empresarial se refere a um novo modelo de gestão dos negócios que alia as funções econômica, social e ambiental da empresa.	0%	0	100%	35	100%	35
Consideração 3: A função prioritária da empresa é a função econômica e, por isso, não há como falar em responsabilidade social empresarial.	97%	34	3%	1	100%	35
Consideração 4: A responsabilidade social empresarial se refere às ações filantrópicas do proprietário da empresa.	97%	34	3%	1	100%	35
Consideração 5: A responsabilidade social empresarial é uma nova ferramenta da empresa para agregar lucro aos seus negócios.	60%	21	40%	14	100%	35
Total de respostas						35

Os sentidos atribuídos ao modelo de RSE

Poucas pesquisas em torno de percepções relacionadas à RSE dentre empresas brasileiras já foram feitas no âmbito das Ciências Sociais. Destacam-se os esforços de Paola Cappellin, que durante período de ativa e controversa organização da RSE como um modelo de gestão no Brasil, realizou estudo nesse sentido. Identificou-se uma diversidade de percepções sobre a RSE entre entidades representativas do empresariado. Além, descobriu-se que cada percepção correspondia a orientações práticas diversas às associadas das entidades, o que levou à conclusão de uma

heterogeneidade de compreensão sobre o que fosse ser socialmente responsável (Cappellin et al. 2002).

Ilustrativo, também, da elucidação de mentalidades adjacentes à RSE é a reflexão de Müller (2006), ao identificar significados atribuídos às questões sociais brasileiras pelos empresários, a partir da interpretação do arcabouço ideológico dos conteúdos produzidos pelos meios de comunicação de empresas. A reflexão ocorre em torno da luta do empresariado em colocar os modos de ação próprios do setor para a solução de problemas sociais no campo social do terceiro setor. Modos estes esvaziados de conteúdos políticos e caracterizados pelas técnicas de gestão.

Diante das mudanças no espírito do capitalismo que animaram o modelo de RSE e da crescente organização da RSE no Brasil, buscou-se evidenciar quais seriam os sentidos que o grupo paulista delimitado atribuiria à RSE, já organizada e difundida como um modelo por parte do empresariado nacional. Procurou-se identificar os sentidos compartilhados que os próprios agentes estariam fornecendo ao comportamento socialmente responsável. Buscou-se revelar a RSE pelas próprias empresas praticantes a partir dos representantes centrais destas.

Inicialmente, pelo questionário, com a pergunta específica sobre o entendimento do modelo de RSE – a seguir estão listadas cinco considerações sobre a Responsabilidade Social Empresarial identificadas entre o empresariado brasileiro. Para cada uma das considerações apresentadas, indique se a sua empresa discorda fortemente, discorda, concorda, concorda fortemente – cujos resultados agregados se encontram na Tabela 1, foi possível levantar a tendência das empresas em torno de considerações já existentes sobre a RSE, retiradas da pesquisa pioneira de Cappellin (2002).

Nas entrevistas, buscou-se qualificar exaustivamente o entendimento sobre o que fosse para as empresas o modelo de RSE, de forma a identificar o quanto as empresas se distanciariam e se aproximariam das considerações. A análise das entrevistas

revela que as respostas se concentraram em torno dos seguintes entendimentos majoritários, de que o modelo de RSE: é instrumento de legalidade; amplia as funções empresariais; é um conjunto de conexões; é sustentabilidade; é de difícil inserção na empresa; é portado pelas lideranças; é tendência profética capitalista; é instrumental aos negócios da empresa quando atrativo de novos funcionários, motivador ao trabalho e diferencial mercadológico; é distinto da figura do filantropo e do marketing social. Passemos a refletir sobre as considerações avaliadas pelos respondentes no questionário, expostas na Tabela 1, conjuntamente com os resultados das análises das entrevistas.

A primeira consideração apresentada aos respondentes para avaliação continha uma ideia implícita de busca de interesses privados das empresas, ao considerar a RSE como cooperações pontuais e privativas com o poder público. A consolidação das respostas indicou que 77% dos respondentes discordaram dessa consideração e não perceberam a RSE assim.

Nas entrevistas, foi possível apreender reflexões dos agentes acerca da relação entre empresa e Estado. Para a maioria dos entrevistados, a RSE não foi vista como uma ação concorrente à ação estatal, mas complementar. Apesar das afirmações de possibilidade de alocar a RSE para cooperação com o Estado, prática relacionada a isto e investigada no questionário não obteve uma alta porcentagem de implementação se comparada às outras práticas investigadas. Ainda, percebeu-se uma tendência entre o grupo em dissociar a existência da RSE no país da atuação burocrática estatal, como se o rol de práticas socialmente responsáveis surgisse apenas da definição das próprias empresas.

No contexto brasileiro, como nos indicam Cappellin e Giuliani (2004), o modelo de RSE é dependente do Estado. Os pesquisadores identificaram a influência do Estado ao analisarem a relação entre existência de legislação estatal e maior implementação de práticas de RSE em temas regulamentados. Como eles identificaram, a atuação empresarial na dimensão social do modelo é basicamente voluntarista haja vista a ausência de legislação

que obrigue a empresa; a exceção são as relações trabalhistas. Por outro lado, a atuação expressiva das empresas na dimensão ambiental, área que continua a receber regulamentação, ocorre a partir da atuação do Estado.

Williams e Aguilera (2008) também indicam que a regulamentação do Estado pauta o grau de adesão a determinadas práticas sob a égide da RSE. Ao discorrerem sobre os incipientes estudos comparativos do fenômeno, sublinham a necessidade de se estabelecer como unidade de comparação o aspecto legal-institucional. Defendem o Estado como um *locus* que encoraja a RSE a partir da importância que fornece a determinados temas. Também, sublinham que as regulamentações estatais criam expectativas sociais em torno das empresas cujo atendimento seria pressionado pela sociedade civil organizada.

Se na reflexão direta sobre RSE e Estado, como formatado na primeira consideração, os respondentes tenderam a considerar o modelo como independente da atuação estatal, em outro momento das entrevistas, ao refletirem pontualmente sobre o que fosse a RSE, foi unânime considerá-la como um instrumento de legalidade de atuação das empresas no país. As empresas não perceberam a influência do Estado na organização dos conteúdos da RSE. Não obstante, perceberam a influência da RSE para o cumprimento da legislação no país, a importância do modelo para fomentar comportamentos exigidos pelo Estado.

O peso do aspecto legalizador da RSE ficou ainda mais evidente quando os respondentes destacaram o não cumprimento da lei como uma característica da empresa não socialmente responsável no Brasil. Seja pela afirmação do que fosse a RSE ou pela negação do que fosse, a legalidade apareceu como uma característica distintiva entre o grupo paulista. Para este, agir de acordo com a lei é o mínimo para ser considerada uma empresa socialmente responsável no país.

O peso da legalidade no conteúdo da RSE é observado, também, pela atuação do Instituto Ethos. Muitas práticas socialmente

responsáveis comumente incentivadas pelo Instituto para as empresas podem ser atreladas a legislações. Para além do aparato legal adjacente às práticas, observa-se que o Instituto dispensa esforços em torno do que já é legal; apesar do conceito de RSE difundido pelo Ethos não registrar o elemento da legalidade. Por exemplo, o Instituto estabelece como um dos critérios essenciais da RSE a não utilização de trabalho forçado pelas empresas, seja nas atividades diretas ou na cadeia produtiva dos negócios. Além, mobiliza as empresas em torno do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo. O exemplo ilustra o quanto o fomento da RSE no país está atrelado a um processo pedagógico de cumprimento da lei, antes do incentivo a temas para além da lei.

Ao se refletir anteriormente sobre a influência dos conteúdos valorativos do segundo espírito do capitalismo para a organização da RSE, constatou-se o peso da racionalidade para a formulação das práticas socialmente responsáveis, já que estas estavam baseadas em legislações. No contexto brasileiro, a análise do maior nível de implementação de práticas advindas de leis também indica a forte adjacência da legalidade ao modelo. Além, a observação da atuação do Instituto Ethos em torno do fomento de comportamentos legais por meio do modelo de RSE ratifica o peso da legalidade à proposta. Ainda, a atribuição do sentido legal à RSE dentre as empresas paulistas contribui para a distinção da legalidade na formatação do fenômeno no país.

Esse conjunto de reflexões indica que a RSE é legalizada e legalizadora no país. Legalizada, pois a regulamentação estatal acaba por pautar as práticas do modelo de RSE. Legalizadora porque a RSE é um instrumento que fomenta a observância da lei. O peso da presença da legalidade na condução do modelo da RSE no Brasil revela este ser representativo de um capitalismo racionalizado, do segundo espírito, ao primar pela legalidade.

A segunda consideração sobre a RSE no questionário contém o sentido objetivo do modelo de RSE fomentado pelo Instituto Ethos. A consolidação das respostas indica que 100% das

empresas participantes da enquete concordaram que assim fosse RSE. Ficou claro que, diante de um rol de considerações, elas concordavam expressivamente com o que é institucionalmente difundido no país. Nas entrevistas, buscou-se observar o quanto as empresas se distanciariam e se aproximariam desse sentido objetivo, e se indicariam elementos não contemplados por aquele conceito.

A análise indica como aproximação ao sentido objetivo o entendimento de RSE pelo grupo como amplitude de funções empresariais. Essa indicação corrobora o identificado quando essas empresas foram questionadas especificamente sobre a função delas na contemporaneidade, abordado anteriormente, de manutenção da função clássica e inserção de novas funções. Em momento posterior das entrevistas, sobre o que fosse, em específico, a RSE, essa amplitude de funções foi novamente mencionada pelos respondentes ao discorrerem sobre as três dimensões que compõem o modelo: econômico, social e ambiental.

Como outro entendimento aproximado ao conceito objetivamente difundido, e até em consequência da indicação de amplitude de funções empresariais, a RSE foi entendida também pelas empresas paulistas como um conjunto de novas conexões. Os respondentes fizeram referência à diversidade de públicos – *stakeholders* no jargão corporativo – com a qual deveriam se relacionar: comunidade, governo, clientes, fornecedores, funcionários etc. Quando foram questionados, posteriormente, sobre o que seriam as empresas não socialmente responsáveis, indicaram também a não percepção das relações reticulares como outra característica das empresas que não fazem parte do grupo das socialmente responsáveis; além da legalidade já abordada anteriormente. Ser grande no âmbito da RSE é ser conectivo. Ser pequeno é ser uma empresa “que se fecha em copas” (entrevistado, em 18/11/2010).

A importância das conexões foi tamanha para o grupo paulista que este preferiu utilizar o termo Sustentabilidade em detrimento da expressão comumente usada no Brasil de

Responsabilidade Social Empresarial. A preferência pelo termo Sustentabilidade ocorreu em função dos respondentes acharem que este melhor retrata os públicos do modelo – os *stakeholders*. A expressão Responsabilidade Social Empresarial, aparentemente, reforça apenas a dimensão social da proposta. Esse movimento no percurso da expressão em direção à Sustentabilidade é também identificado por Sartore (2012) em sua pesquisa dentre empresas socialmente responsáveis do setor financeiro brasileiro, ao analisar especificamente a construção social do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (Bovespa).

Ao se refletir novamente sobre a influência dos conteúdos valorativos do capitalismo na organização do fenômeno da RSE, percebe-se que a proposta da relação entre empresa e sociedade apenas é configurada nos moldes da RSE, como difundido atualmente dentre o empresariado, como um modelo de gestão socioeconômico e ambiental, a partir do processo de transição das convenções racionalistas às convenções conexionistas do terceiro espírito do capitalismo, que passam a sustentar as relações reticulares da empresa.

A partir da década de 1990, a partir do discurso do Instituto Ethos, o conceito do modelo de RSE conjuga as esferas econômicas, sociais e ambientais. A formatação do modelo e sua difusão dentre o empresariado nacional demandam das empresas o estabelecimento das conexões: “relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona” (Ethos).²² A exacerbção da ampliação das funções empresariais, a atribuição do sentido de conjunto de novas conexões e a tendência de preferência pelo termo Sustentabilidade, dentre as empresas paulistas pesquisadas, reforçam a presença do conexionismo no escopo da RSE no país.

22 Fonte: Site do Instituto Ethos: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>

Observa-se que o fenômeno da RSE no país é também representativo do conteúdo conexcionista do terceiro espírito do capitalismo e das convenções da Cidade por Projetos. Não seria apenas no âmbito das relações personalistas do primeiro espírito do capitalismo, nem a partir das relações burocráticas do segundo espírito, que o caráter reticular da proposta da RSE se manifestaria entre as empresas. Outras convenções, como o conexionismo, eram necessárias para sustentar a proposta.

Diante da presença concomitante das antagônicas convenções racionais e conexionistas no âmbito da RSE brasileira, interpreta-se que o fenômeno no país se assenta contraditoriamente no capitalismo brasileiro. Ao mesmo tempo em que o modelo é meio que fortalece o conteúdo racional do segundo conjunto de crenças capitalistas, é, também, instrumento fomentador do conexionismo do terceiro espírito do capitalismo. A RSE brasileira se apresenta com uma dupla função, aparentemente contraditória, ratificadora do capitalismo racional e fomentadora de um capitalismo “revigorado” em valores contrapostos à racionalidade.

Outra resposta majoritária entre o grupo paulista ao ser questionado sobre o que era RSE, não perceptível apenas pela análise do sentido objetivo das entidades de fomento, foi a explicação de ser um modelo organizacional envolto por dificuldades de inserção no âmbito da empresa. Segundo o grupo, a institucionalização da RSE na empresa se depara com o obstáculo da recepção da proposta pelo seu público interno. Os respondentes informaram sobre a necessidade de capacitar os escalões inferiores para assimilação do fenômeno. Essa prática de educação para a assimilação interna do modelo não está prevista em nenhum indicador da área e nem é objeto de certificação. Contudo, ao serem questionados nas entrevistas sobre qual das práticas seria a mais desafiadora, indicaram a assimilação da RSE no seio da organização.

A dificuldade de assimilação revela algo a mais, que a RSE dentre essas empresas é uma proposta portada pelo empresário-fundador; ou seja, por indivíduos que ocupam posições de liderança dentro das empresas. O trabalhador, tido como público

prioritário da RSE, se apresenta mais como expectador do que participante da organização do modelo dentro da empresa. Tanto é que quando questionados nas entrevistas sobre o que motivou a adoção da RSE pela empresa, os respondentes indicaram os fundadores como a motivação principal. Essa indicação nas entrevistas joga luzes em um dado do questionário relativo à pergunta – Desde quando a empresa considera que implementa práticas do modelo Responsabilidade Social Empresarial? – Os dados agregados indicaram que 71,4% das empresas escolheram outros períodos, que não o da associação ao Instituto Ethos, para o início da implementação de práticas de RSE. Observa-se que as lideranças foram fundamentais para a aproximação das empresas ao modelo.

A RSE também foi tratada como um modelo profético por esse grupo de empresas, uma tendência inexorável do capitalismo contemporâneo. Os respondentes discorreram sobre um tempo passado, adjetivado de filantrópico, e o vigente, qualificado de socialmente responsável ou sustentável. Também profetizaram que se as empresas não mudarem, não farão mais parte do sistema: “a tendência é inexorável (...) cada vez menos é opcional, cada vez menos uma escolha (...) isso é um caminho sem volta” (entrevistado, em 12/11/2010).

Nas entrevistas, a RSE se mostrou explicitamente instrumental aos negócios da empresa quando compreendida como atração de funcionários, motivação ao trabalho e diferencial mercadológico. O grupo paulista informou que há algo mais que motiva a atual geração a se engajar na empresa, para além da carreira e dos bons salários. A atração extra de engajamento dessa geração é oferecida pelo modelo da RSE. O mesmo procede para os que já estão inseridos na empresa, pois as práticas advindas da RSE os motivam para continuar a se engajar na empresa; típico das convenções da Cidade por Projetos.

Em relação ao diferencial mercadológico, a RSE foi considerada como uma ferramenta de competitividade e, conseqüentemente, instrumental à obtenção de lucro; por mais que nas entrevistas

esse tema se mostrou controverso. Os respondentes declaravam haver relação entre RSE e lucro, mas mudavam a pergunta. Preferiam indicar haver uma relação entre RSE e agregação de valor à imagem da empresa, mais do que agregação de lucro. Houve, também, determinada insistência por parte deles em afirmar que suas empresas não eram socialmente responsáveis em função do incremento do lucro. O lucro era constantemente qualificado de sustentável. Até certo ponto, percebeu-se um incômodo entre os entrevistados em afirmar o incremento do lucro por meio da RSE, como se a defesa do lucro por si só, o dever capitalista da aquisição em si, não fosse bem-visto entre o grupo.

Essa relação entre RSE e lucro foi explorada no questionário na quinta consideração. Nesta, tinha-se o objetivo de identificar se as empresas considerariam a RSE um meio para o alcance do fim de reprodução do lucro da empresa capitalista. A consolidação das respostas indicou que 60% das empresas discordaram que a RSE fosse uma ferramenta de agregação de lucro e 40% concordaram que fosse. Diferentemente das respostas às outras considerações no questionário, em que se percebeu um extremo nível de concordância ou discordância, na consideração cinco a taxa de diferença entre as respostas "discordo" e "concordo" diminuiu, condizente com a controvérsia presente nas entrevistas.

Por fim, a quarta consideração da enquete continha a ideia do filantropo. O objetivo era averiguar se as ações caritativas ainda seriam consideradas como RSE. A consolidação das respostas indica que 97% das empresas participantes da enquete discordaram que filantropia fosse RSE. As entrevistas deixaram ainda mais evidente a diferenciação que os respondentes fizeram da figura do filantropo, até como uma necessidade de afirmação de uma identidade contrária àquela. Buscaram distinguir suas práticas socialmente responsáveis das filantrópicas.

Tal dado não implica a inexistência do comportamento caritativo dentre o grupo, pois práticas enfatizadas durante as entrevistas tinham um caráter filantrópico ainda. Percebeu-se que a filantropia ganhou novos contornos para essas empresas, pois

passou a ser sistematizada, monitorada e avaliada; passou a ser Investimento Social Privado (ISP). Na esteira da negação do que fosse a RSE, o *marketing* social também foi mencionado. As empresas pesquisadas criticaram a propaganda feita por outras na busca pela aparência da RSE.

Ao fim das entrevistas, buscou-se identificar o que era primordial para ser considerada uma empresa socialmente responsável dentre o grupo. Dessa forma, os respondentes foram questionados sobre o que era uma empresa **não** socialmente responsável. Para esse grupo de empresas é a que não tem função para além da econômica, que não se atenta para as relações reticulares, que não é legal e não foca nos funcionários.²³

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo buscou jogar luzes em mentalidades capitalistas contemporâneas, ao analisar mudanças na ação empresarial brasileira, especificamente a paulista, por meio do fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), à luz das transformações no sistema valorativo do capitalismo ocidental, no “espírito do capitalismo”.

Foi diante de um capitalismo “atualizado” em suas crenças que a RSE foi elucidada. Esta não cabia apenas no espírito capitalista familiar, animador da filantropia, ou no espírito capitalista racional, fomentador de comportamentos legalizados. É a partir da situação de disputa entre o segundo e o terceiro espírito do capitalismo que foi percebido o fortalecimento do fenômeno da RSE. Apenas quando o valor da racionalidade começou a ser flexibilizado a partir de valores concorrentes no âmbito do capitalismo, tais como o conexionismo, que o modelo da RSE foi

23 Ainda que não componha respostas majoritárias ao que é a RSE, vale mencionar que o modelo também foi entendido como uma forma de gratidão pelo sucesso econômico, como uma extensão da cidadania, e como instrumento de captação de interesses privados nas instituições públicas, uma alusão a processos de corrupção.

animado. Constatou-se que a RSE transcorreu do valor da racionalidade ao do conexionismo do capitalismo ocidental.

No Brasil, observa-se que a RSE se mostra representativa, concomitantemente, do valor da racionalidade do segundo espírito do capitalismo – pelo seu aspecto legalizador – e das crenças do terceiro espírito do capitalismo – pela promoção das conexões. A RSE pode ser um dos meios comprobatórios que o processo de “atualização” valorativa do capitalismo está vigente no país.

Os sentidos subjetivamente atribuídos à RSE entre o grupo paulista revelam percepções que confirmam e ampliam o conceito objetivamente difundido, tais como: instrumento de legalidade; ampliação de funções empresariais; conjunto de conexões; sustentabilidade; difícil inserção na empresa; portado pelas lideranças; tendência profética capitalista; atratividade de funcionários; motivador ao trabalho; diferencial mercadológico; não filantrópico.

Como todo processo de pesquisa, ao final da empreitada, novas indagações são postas para a contínua investigação do objeto. Nesse sentido, ficam sublinhadas: a elucidação de outras mentalidades regionais brasileiras adjacentes à RSE; a influência de programas estatais na reorientação do comportamento empresarial socialmente responsável; a singularidade da legalidade à RSE brasileira em comparação a outros países; a construção de soluções políticas aos problemas sociais estruturantes brasileiros pelas empresas em função da dimensão social do modelo de RSE; a contínua reconstrução do ideário da RSE a partir de atores que orbitam em torno do modelo; a organização (ou não) de forças sociais para o monitoramento do engajamento socioeconômico e ambiental empresarial.

REFERÊNCIAS

- Boltansky, Luc, e Laurent Thévenot. *On justification: economies of worth*. New Jersey: Princeton University, 2006.
- Boltansky, Luc, e Laurent Thévenot. "The sociology of critical capacity." *European Journal of Social Theory* 2 (3) (1999): 359-377. Acesso em 8 fev. 2011. <http://est.sagepub.com/content/2/3/359>.
- Boltansky, Luc, e Ève Chiapello. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- Cappellin, Paola, e Raquel Giffoni. "As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul." *Cadernos do CRH (UFBA)* 20 (2007): 419-434.
- Cappellin, Paola, e Gian Mario Giuliani. "The political economy of corporate responsibility in Brazil." Apresentação no Programme on Technology, Business and Society/ UNRISD, Gêneve, 2004.
- Cappellin, Paola, Gian Mario Giuliani, Regina Morel, e Elina Pessanha. "As organizações empresariais e a responsabilidade social." In *Empresa, empresário e globalização*, editado por Ana Maria Kirschner, Eduardo Gomes, e Paola Cappellin. Rio de Janeiro: Relume Dumará, FAPERJ, 2002.
- Carroll, Archie B. "A history of corporate social responsibility: concepts and practices." In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, editado por Andrew Crane, Abigail McWilliams, Dirk Matten, Jeremy Moon, Donald Siegel. New York: Oxford University Press, 2008.
- Cohn, Gabriel. *Crítica e resignação: estudo sobre o pensamento de Max Weber e a sua compreensão*. São Paulo: T. A. Queiroz Editor, 1979.
- Costa, Maria Alice Nunes. "Mudanças empresariais no Brasil contemporâneo: o investimento social privado é uma nova forma de solidariedade?." Tese de Doutorado em Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2006.
- França, Andressa Silverio Terra, Jose Ricardo Favoretto, e Sérgio Soares Braga. "Estratégias de responsabilidade social das empresas na internet: uma análise comparativa dos conteúdos dos websites corporativos no Brasil." *Revista de Gestão Social e Ambiental – RGSA* 5 (3) (2011): 150-167.
- Gomes, Karina. "A dualidade na responsabilidade social – um estudo de caso da Avon." Apresentação na VIII Reunião de Antropologia del Mercosur (RAM 2009) – Diversidad y poder em América Latina, Buenos Aires, Argentina, 2009. Disponível em: <http://www.ram2009.unsam.edu.ar/paginas/GT8.Html>

Instituto Ethos. *Manual de Incorporação dos Critérios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial*. São Paulo: Ethos, 2011. Acesso em: 11 fev. 2011. http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/295/aprenda_mais/publicacoes/publicacoes.aspx.

Instituto Ethos. *Práticas e perspectivas da responsabilidade social empresarial no Brasil 2008*. São Paulo: Ethos, 2008. Acesso em: 22 mar. 2011. http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/295/aprenda_mais/publicacoes/publicacoes.aspx.

Instituto Ethos. *Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial 2007*, 2007. São Paulo: Ethos, 2007.

Instituto Ethos. *Critérios essenciais de responsabilidade social empresarial e seus mecanismos de indução no Brasil*. São Paulo: Ethos, 2006.

Jacques, Caroline. "A construção social da empresa em tempos de responsabilidade social corporativa: um estudo de caso a partir da Whirlpool SA. Florianópolis." Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Departamento de Pós Graduação em Sociologia Política, 2010.

Lobo, Cinara Gomes de Araújo. "Por que as empresas investem em responsabilidade social?." Tese de Doutorado em Sociologia, Departamento de Sociologia, Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, 2006.

Melé, Domènec. "Corporate social responsibility theories." In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, editado por Andrew Crane, Abigail McWilliams, Dirk Matten, Jeremy Moon, Donald Siegel. New York: Oxford University Press, 2008.

Müller, Lúcia Helena A. "A construção do social a partir da ótica empresarial." Apresentação no quinto Workshop Empresa, Empresários e Sociedade, Porto Alegre, 2006. http://www.fee.tche.br/5workshop/pdf/ mesa05_Lucia.pdf

Pereira, Evelyn Andrea Arruda. "A empresa e o lugar na globalização: a responsabilidade social empresarial no território brasileiro." Dissertação de Mestrado em Geografia, Departamento de Geografia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2007.

Reinehr, Jaciane Pimentel Milanezi. "Percepções latino-americanas da responsabilidade social empresarial." Apresentação no terceiro Encontro Internacional de Ciências Sociais, Pelotas, 2012.

Reinehr, Jaciane Pimentel Milanezi. "A responsabilidade social da empresa segundo o empresariado paulista." Dissertação de Mestrado em Sociologia Urbana, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

- Sainsaulieu, Renaud, e Ana Maria Kirschner. *Sociologia da empresa: organização, poder, cultura e desenvolvimento*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- Sartore, Marina de Souza. "Investimento e Sustentabilidade: a construção de uma nova agenda de pesquisa." Apresentação no Encontro Anual da ANPOCS. Águas de Lindóia, 2012.
- Sartore, Marina de Souza. "Convergência de elites: a sustentabilidade no mercado financeiro." Tese de Doutorado em Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.
- Souza, Jessé. *A modernização seletiva: uma reinterpretação do dilema brasileiro*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2000.
- Vianna, L. J. W., e Maria Carvalho. "A experiência brasileira e democracia." In *Retorno ao republicanism*, editado por Sérgio Cardoso. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.
- Ventura, Elvira Cruvinel Ferreira. "Dinâmica de institucionalização de práticas sociais: estudos da responsabilidade social no campo das organizações bancárias." Tese de Doutorado em Administração, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas (EBAPE), Fundação Getúlio Vargas (FGV/RJ), 2005.
- Weber, Max. "Conceitos sociológicos fundamentais." In *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*, de Max Weber. Brasília: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999. v. 1.
- Weber, Max. "A ética protestante e o espírito do capitalismo". São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- Williams, Cynthia A., Ruth V. Aguilera. "Corporate social responsibility in a comparative perspective." In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, editado por Andrew Crane, Abigail McWilliams, Dirk Matten, Jeremy Moon, Donald Siegel. New York: Oxford University Press, 2008.

RESUMO

O artigo promove uma reflexão sobre mudanças no espírito do capitalismo e o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), à luz das sociologias Compreensiva e Pragmática Francesa. Indica-se que a RSE foi animada por novas crenças capitalistas concorrentes à racionalidade econômica. Elucidam-se sentidos fornecidos por um grupo de empresas paulistas à função empresarial e à RSE. Dentre estes, o aspecto imprevisto da legalidade e o apelo às conexões sob a égide da RSE reforçam que esta, concomitantemente, fomenta a racionalidade e outros valores capitalistas no país.

Palavras-chave: Ação Social, Capitalismo, Empresas, Responsabilidade Social Empresarial.

RESUMEN | LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL SEGÚN LAS EMPRESAS PAULISTAS

Lo artículo promueve una reflexión sobre los cambios en el espíritu del capitalismo y el fenómeno de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), bajo la luz de la Sociología Compreensiva y de la Sociología Pragmática Francesa. Señala que la RSE se ha visto impulsada por nuevas creencias capitalistas concurrentes a la racionalidad económica. Se aclaran los sentidos proporcionados por un grupo de empresas paulistas a la función empresarial y a la RSE. Entre ellos, el aspecto imprevisto de legalidad y el llamamiento a las conexiones bajo la égida de la RSE refuerzan que esta, al mismo tiempo, promueve la racionalidad y fortalece otros valores capitalistas en el país.

Palabras claves: Acción Social, Capitalismo, Empresas, Responsabilidad Social Empresarial

ABSTRACT | THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
ACCORDING TO SÃO PAULO'S COMPANIES

The article promotes a reflection about changes in the spirit of capitalism and the phenomenon of Corporate Social Responsibility (CSR), based on the Comprehensive Sociology and the French Pragmatic Sociology. It points out that CSR was boosted by new capitalistic beliefs which are opposite to economic rationality. It clarifies meanings given by Brazilian companies from the state of São Paulo to the role of companies and to CSR. Among those meanings, the unpredictable aspect of legality and the appeal to connections under CSR reveal that it, at the same time, stimulates rationality and reinforces other capitalistic values in the country.

Keywords: Social Action, Capitalism, Companies, Corporate Social Responsibility.