



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Serviço Social

**Responsabilidade Social Empresarial: Um estudo sobre suas características e
rebatimentos no contexto da sociedade brasileira do século XXI**

Alice Gallez de Oliveira

UFRJ

2007/1



Universidade Federal do Rio de Janeiro
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Escola de Serviço Social

**Responsabilidade Social Empresarial: Um estudo sobre suas características e
rebatimentos no contexto da sociedade brasileira do século XXI**

Alice Gallez de Oliveira

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Joana Garcia

Trabalho de
Conclusão de Curso
apresentado à Escola
de Serviço Social da
UFRJ como requisito
parcial à obtenção de
título de Bacharelado
em Serviço Social.

UFRJ

2007/1

Às memórias de meu pai, pessoa muito amada que me ensinou a viver com dignidade e persistir diante dos obstáculos da vida. Dedico também ao meu namorado Thiago que é parte fundamental da minha vida.

Agradeço toda a orientação e força que DEUS me ofereceu ao longo desta caminhada.

Muito obrigada mãe por me compreender nos momentos de dificuldade.

Agradeço ao meu pai, que sempre se esforçou para me ver vencer. Sei que hoje está assistindo e aplaudindo minhas vitórias.

Agradeço à minha professora e orientadora Joana Garcia pelo empenho e dedicação de seus ensinamentos no sentido de contribuir para meu crescimento profissional e intelectual.

Agradeço à minha supervisora Terezinha Monteiro Martinez, por me ensinar a lutar, a atuar profissionalmente, a questionar e principalmente a vencer. Você é um exemplo que quero seguir.

Agradeço também à Graça Almeida, minha supervisora que me ensinou muito e trouxe muitas experiências enriquecedoras à minha formação profissional.

Agradeço ao meu namorado, tão companheiro que me apoiou nesta tarefa, me ajudando e me estimulando, desde o vestibular até os dias atuais. Obrigada Thiago Peixoto.

Obrigada Tia Doralice pelo conforto oferecido quando mais precisei, e pelo carinho sincero que me dedica.

Muito obrigada Tia Cybele sempre presente e prestativa. Saiba que seu amor e apoio sempre foram fundamentais.

Gostaria de agradecer muito às minhas amigas, que são flores em meu jardim. Obrigada amiga eterna Andréa Moraes por me auxiliar, me ouvir, me entender sem que eu precise dizer uma só palavra. Obrigada Ana Fernandes por alegrar meus dias tristes com seu bom-humor. Obrigada Luana Di Lauro por simplesmente ser minha amiga. Obrigada Éster Marques por ser minha prima única mais querida e amada. Obrigada Vanessa Flores por me ensinar tanto e por ser tão gentil e amável. Obrigada Fabiane Ruade pela confiança depositada em mim, pelos ensinamentos e palavras de carinho. Obrigada Adeilma Santos pelo companheirismo e cumplicidade no meu dia-a-dia. Obrigada Tathiane Mattos pela sua meiguice e sinceridade. Obrigada Clystine Abram por ser uma ponte de luz e transformação em minha vida.

Agradeço muito a todas as pessoas que participaram de minhas entrevistas e pesquisas. Seus depoimentos e opiniões foram cruciais para a formação deste trabalho.

Tudo tem seu tempo e até certas manifestações mais vigorosas e originais entram em voga ou saem de moda. Mas a sabedoria tem uma vantagem: é eterna.
(Baltasar Gracián)

Sumário:

1.Apresentação.....	8
2.Justificativa Metodológica.....	10
Recursos e fontes:.....	10
Técnicas adotadas:.....	12
3.Um breve exame da literatura sobre Responsabilidade Social 	14
Empresarial.....	14
Conceitos e valores em torno da Responsabilidade Social Empresarial.....	14
Implicações internas da Responsabilidade Social Empresarial.....	20
Estratégias de ampliação da Responsabilidade Social Empresarial para o ambiente externo da empresa.....	29
Limites e alcances da Responsabilidade Social Empresarial e o papel do Assistente Social nesta dinâmica.....	33
4.Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C.....	37
Alguns aspectos históricos relevantes para a formação do Comitê Furnas da Ação da Cidadania - Escritório Central (E.C.).....	37
Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C: Diretrizes, compromissos e ações desenvolvidas.....	38
5.Trabalho de Campo.....	45
Entrevista com os professores.....	45
Entrevistas com funcionários de FURNAS	47
Entrevista com profissional da empresa PETROBRÁS.....	68
6. Considerações finais.....	75
7.Referência Bibliográfica.....	77

Hemerografia.....	78
8.Anexos.....	80
Roteiro de Entrevista (Empregados de FURNAS Centrais Elétricas S.A.).....	80
Roteiro de Entrevista (Acadêmicos).....	81
Roteiro de Entrevista (Petrobrás).....	82

1. Apresentação

Atualmente o tema da Responsabilidade Social encontra-se na pauta de debates de segmentos sociais e corporativos. Muito se fala sobre responsabilidade social nos negócios no meio acadêmico, no meio empresarial, nas instituições, etc. Enfim, a mídia possui o papel de propagar esta campanha de “cidadania empresarial” e isto nos faz pensar sobre até que ponto o empresariado está interessado no social e se existem outros motivos para o investimento deste ator nesta área, que não seja a tradicional “boa vontade” ou “boas intenções”.

Este trabalho tem por objetivo realizar um balanço da literatura abrangendo diversos autores com visões similares e diferentes, para que neste palco heterogêneo, possam surgir novas idéias, indagações, propostas e análises. Com isso, pretende-se ampliar o enorme leque de contribuições que podem ser inseridos neste assunto.

No capítulo 3, irei expor sobre os conceitos e valores que giram em torno do debate da Responsabilidade Social Empresarial. Alguns pontos serão comentados no sentido de contribuir para o debate atual. A visão do empresário atual sobre a Responsabilidade Social, seus objetivos e propostas, assim como as características das ações desenvolvidas serão alguns dos assuntos expostos. Considerando a riqueza do tema, neste mesmo capítulo irei apresentar o balanço e análise de autores sobre a “linha tênue” existente entre filantropia, caridade, assistência, assistencialismo, a relação público / privado / terceiro setor e especificamente algumas tendências trazidas com a nova lógica empresarial de responsabilidade, como por exemplo, o conceito de “filantropia empresarial cidadã”. Neste sentido, a discussão sobre a definição de Responsabilidade Social Empresarial e suas características e tendências também serão abordadas. Com o objetivo de incluir novos elementos à discussão, serão expostas algumas análises sobre o papel do Assistente Social nesta lógica, assim como perceber sua inserção nos espaços que lidam com Responsabilidade Social Empresarial, suas possibilidades e limites neste contexto tão difuso e complexo.

No capítulo 4 irei apresentar / analisar o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C., (instituição em que realizo estágio) suas diretrizes e ações desenvolvidas, assim como seus limites e possibilidades de avanço.

O capítulo 5 refere-se à parte do trabalho de campo. Tal trabalho se constitui de entrevistas semi-estruturadas realizadas com dois acadêmicos, nove profissionais de FURNAS Centrais Elétricas S.A, análise de sites de instituições, ONGs ligadas à

Responsabilidade Social Empresarial e ainda um breve estudo acerca do Programa Petrobrás Voluntariado Fome Zero. Neste capítulo estão contidas análises, visões, opiniões, pontos de vista de diversos atores envolvidos neste processo, assim como minhas conclusões e visões acerca do tema.

Na parte final do trabalho, estão expostas as análises e considerações finais, a fim de resumir os resultados do trabalho assim como expor sobre as descobertas e propostas acerca do tema, objetivando contribuir no enriquecimento do debate e instigar questionamentos e interesses ao leitor.

2. Justificativa Metodológica

Recursos e fontes:

O tema da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) me estimula a estudar as variáveis diversas que perpassam este assunto, frutos de discussões acadêmicas, empresariais, sociais e políticas de nosso país. A Responsabilidade Social Empresarial é um assunto muito dinâmico, recente e merece ser estudado, pois possui relevância social, para a sociedade como um todo, assim como para o Serviço Social e pesquisas acadêmicas. Seu debate contribui na medida em que permite analisar a atualidade a partir de vários prismas: do empresariado, da sociedade civil, das instituições sociais, do Estado, dos políticos, etc. Neste sentido, propõe alternativas em vários campos de estudo.

As fontes utilizadas neste estudo referem-se a abordagens e interpretações diversas sobre o tema. Serão analisados e discutidos autores com visões mais “defensoras” da Responsabilidade Social Empresarial, assim como outros que possuem visões mais “críticas”. O sentido principal deste trabalho é propor alternativas e analisar criticamente a literatura existente sobre o tema, na tentativa de pensar a Responsabilidade Social através de diferentes interpretações.

A escolha de tal tema deve-se à importância que possui em vários âmbitos da sociedade. Minha familiaridade com a temática provém de questões e elementos que me instigam particularmente a iniciar este estudo teórico, com vistas a contribuir para o enriquecimento do debate. O contato com o meio acadêmico de debates, a vivência de uma experiência de estágio em um meio empresarial, as indagações e considerações sobre as atuais formas de ação social protagonizadas pelo empresariado e a propaganda promocional das empresas em torno do social são importantes para a realização deste trabalho, pois me despertam interesses e curiosidades.

Neste sentido, reconheço que possuo uma familiaridade e identificação com o tema, visto que no cotidiano de estágio vivencio diariamente questões intimamente relacionadas com a Responsabilidade Social Empresarial. Porém sinto a necessidade de conhecer outros argumentos e concepções de profissionais e estudiosos de outras áreas, para reconhecer diversidades teóricas que me permitam analisar melhor a questão. Estes elementos permitem-me considerar “familiarizada” com a temática, porém não exatamente “conhecedora”, visto que possuo a necessidade de aprofundar e diversificar

ao máximo minhas considerações e análises sobre o assunto. Sobre isto, Velho (1978) afirma que:

“O processo de estranhar o familiar torna-se possível quando somos capazes de confrontar intelectualmente, e mesmo emocionalmente, diferentes versões e interpretações existentes a respeito de fatos, situações”. (1978; 45).

É importante observar que, para a realização de um trabalho científico o investigador precisa ter uma distância mínima do tema, garantindo condições de objetividade e imparcialidade. Sendo assim, é preciso evitar certos julgamentos e envolvimento que poderão obscurecer ou deformar as conclusões. Velho (1978) e Da Matta (1978) realizam a discussão acerca desta suposta ou pretendida neutralidade científica supostamente necessária. Os autores reconhecem que o envolvimento com o tema é inevitável, porém afirmam que ao mesmo tempo, é preciso haver um certo estranhamento em relação ao objeto de estudo:

“O que sempre vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido e o que não vemos e encontramos poder ser exótico, mas, até certo ponto, conhecido. No entanto estamos sempre pressupondo familiaridades e exotismos como fontes de conhecimento ou desconhecimento, respectivamente”. (1978; 39).

Este estranhamento é fundamental para que o pesquisador possa ampliar sua visão acerca do assunto estudado, pois na medida em que “observamos com outros olhos” o tema, “se colocando no lugar do outro” nossas concepções são questionadas por nós mesmos, permitindo um maior diálogo com outras áreas de conhecimento e visões de mundo distintas. A abordagem predominante neste trabalho será a qualitativa. O instrumental que será utilizado será a entrevista. A justificativa da escolha deste método está baseada no caso da Antropologia, citada por Velho (1978):

(...) Para conhecer certas áreas ou dimensões de uma sociedade é necessário um contato, uma

vivência durante um período de tempo razoavelmente longo, pois existem aspectos de uma cultura e de uma sociedade que não são explicitados, que não aparecem à superfície e que exigem um esforço maior, mais detalhado e aprofundado de observação e empatia”(1978; 37).

Foram realizadas leituras específicas, sistemáticas e contínuas, durante todo o período de elaboração do trabalho, visando aprofundar o debate acerca da campanha de Responsabilidade Social Empresarial no Brasil, através da ótica de autores diferenciados. Simultaneamente à realização das leituras foram feitos fichamentos com caráter analíticos e também debates teóricos que me permitiram realizar um balanço preliminar da literatura sobre Responsabilidade Social Empresarial.

Para dar continuidade aos estudos sobre o tema, alguns sites de ONGs foram mapeados e analisados, já que estes são atualmente uma das principais fontes de divulgação e propagação da campanha no país. Como parte do trabalho de campo, realizei nove entrevistas com profissionais da área de Responsabilidade Social Empresarial e com dois acadêmicos da área econômica, a fim de estudar e analisar o fenômeno em questão, através das visões dos entrevistados. Com o objetivo de aprofundar a discussão teórica e apresentar elementos originais e fomentadores de questionamentos, realizei uma entrevista com um profissional do Programa Petrobrás Voluntariado Fome Zero, incluindo em minhas análises observações a respeito do Programa, assim como similaridades e particularidades deste com meu campo de estágio. Este estudo contribuiu na medida em que acrescentou novas características, implicações, debates e visões.

Técnicas adotadas:

Pode-se afirmar, a partir da leitura do texto: A entrevista, que esta técnica é uma forma de interação social, onde o entrevistador busca informações que interessam à sua investigação. Tomando como referência o texto de Vigil (1987), é possível entender entrevista como um diálogo entre duas ou mais pessoas, que flui normalmente e que oferece margem para que o entrevistado se expresse.

Para este estudo/pesquisa, apliquei entrevistas semi-estruturadas com caráter qualitativo que continham perguntas e questões pré-estabelecidas. Escolhi este tipo de

entrevista porque possui um caráter aberto, na qual ambas as partes interagem discutindo questões relacionadas ao tema, além de oferecer margem para que o entrevistado ilustre suas idéias na forma de exemplos e narrativas. Neste tipo de entrevista o entrevistador, não deve induzir respostas, deixando o entrevistado falar de acordo com suas idéias:

“Enquanto técnica de coleta de dados, a entrevista é bastante adequada para a obtenção de informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer, fazem ou fizeram, bem como acerca das suas explicações ou razões a respeito de coisas precedentes” (Selltiz et al., 1967, p.273).

Outro motivo que justifica a escolha da utilização da entrevista qualitativa de caráter aberto e semi-estruturada refere-se à característica exploratória desta técnica, onde o entrevistador tem a possibilidade de se aproximar do problema pesquisado oferecendo elementos de análise a fim de abordar realidades pouco conhecidas.

3. Um breve exame da literatura sobre Responsabilidade Social Empresarial

Conceitos e valores em torno da Responsabilidade Social Empresarial

Um dos fatores que me despertaram interesse pela temática refere-se principalmente à atual conjuntura política e social do país. Neste contexto, os cidadãos possuem direitos de responsabilidades sociais garantidos constitucionalmente efetivados em lei através da atuação estatal. Porém na prática, devido a conflitos de interesses e à própria lógica difusa da esfera pública e privada, abrem-se possibilidades para a entrada de um ator político no âmbito das responsabilidades sociais: o empresariado.

Segundo Garcia (2004):

“A coexistência de práticas tão diversas é derivada de uma longa história de alianças entre instituições públicas e privadas, valores laicos e religiosos, projetos de mudança e de continuidade, que resultam em combinações igualmente híbridas: Estado reproduzindo lógicas de favor e interesses privatistas; segmentos da iniciativa privada propondo ações com base na concepção de cidadania, reclamando a denominação de instituições privadas com interesses públicos” (Garcia, 2004: 11).

Atualmente o empresariado busca adicionar ética, responsabilidade e cidadania à imagem da empresa, agregando valor à marca, na tentativa de se desvincular da “velha concepção” de filantropia empresarial. O termo “filantropia empresarial” no Brasil carrega marcas caritativas, feitas de práticas de doações filantrópicas para os setores mais pauperizados da população, sem incluir o *ethos* de responsabilidade sócio-ambiental, que corresponde ao conjunto de práticas e concepções que consideram a empresa parte da sociedade, e não apenas uma instituição que objetiva o lucro, sendo esta co-responsável pelo meio ambiente e pela comunidade. Portanto, é preciso considerar que filantropia empresarial e responsabilidade social não são conceitos separados em si, e sim podem ser considerados ligados, já que muitas empresas que se dizem responsáveis realizam práticas do campo assistencial (e outras ações

“responsáveis” e “cidadãos”), atribuindo ao termo “Responsabilidade Social” um sentido mais amplo. Para Garcia (2004):

“Para muitos integrantes do campo da filantropia empresarial, sejam eles empresários ou formuladores, o termo indica uma prática restrita e paternalista. (...) A necessidade de distinção entre as ações de responsabilidade social e as relacionadas à filantropia não resulta, em geral, de um problema de universo de abrangência, em que uma forma (responsabilidade social) contem outra (filantropia empresarial), mas de uma diferença conotativa, em que a responsabilidade social aparece como portadora de valores considerados mais consistentes e fomentadores de capital social”. (Garcia, 2004: 23).

O marketing social em torno das ações desenvolvidas pelas empresas e sua ampla divulgação através da mídia é um elemento que oferece um “valor social” aos produtos de uma empresa socialmente responsável. É possível perceber, através de pesquisas de opinião divulgadas e de trabalhos realizados sobre o tema, que os consumidores preferem comprar produtos de empresas socialmente responsáveis, assim como os funcionários “se sentem bem” trabalhando em empresas que possuem um compromisso com a sociedade. Ashley (2004) cita em seu estudo sobre Ética e Responsabilidade Social nos Negócios, que:

“Segundo uma pesquisa da You & Company com mais de 2 mil MBAs que procuravam emprego, 83% deles disseram que, entre duas ofertas com condições semelhantes, escolheriam a da empresa que demonstrasse maior responsabilidade social”(Ashley, 2004: 13).

Um exemplo refere-se ao caso do selo Abrinq conquistado por algumas empresas. As empresas que conseguem esta certificação demonstram para seus consumidores que não utilizam trabalho infantil e não possuem fornecedores de produtos que utilizam tal prática, conquistando assim, legitimidade e prestígio perante a sociedade.

Para introduzir a discussão acerca dos temas de Responsabilidade Social, filantropia empresarial e alguns outros aspectos, será necessário colocar em questão as

considerações sobre cidadania no Brasil feitas por Garcia (2004) e Paoli (2002). Paoli (2002) em seu texto: “Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil”, afirma que a cidadania como conceito, começou a ser difundida mais precisamente e enfaticamente na década de 80, no período de democratização do país. Tal conceito esteve relacionado com a importância das distinções entre o espaço público e os interesses privados, viabilizando assim a concepção crítica do aprofundamento da exclusão social e política do país. Porém, esta noção de cidadania trouxe consigo a idéia de segurança e ordem gerando um imaginário social de responsabilidade e de proteção por parte do Estado. Essa idéia foi capturada não só pelo ativismo social do empresariado, mas também pela população e entidades, que se encarregaram de difundir a concepção de cidadania como sinônimo de solidariedade. Contudo, é importante notar que tais contribuições conceituais têm natureza e significados distintos. Cidadania é um termo que agrega vários elementos conquistados pelo povo ao longo da história. Os direitos de cidadania não são optativos, nem partem da “boa vontade” de alguém. São garantidos em lei e agregam todos os indivíduos integrantes de uma sociedade. Solidariedade pode ser entendida como uma ação voluntária, ética e moralista, e parte da “boa vontade” de um indivíduo para o outro, visando o coletivo.

Portanto, a utilização do termo cidadania nas campanhas de responsabilidade social confunde a idéia inicialmente “voluntária” das ações empresarias para uma idéia de direitos (cidadania), passando a imagem de que a empresa estaria efetivamente garantindo e colocando em práticas direitos garantidos a todos os indivíduos. Em relação à distinção entre o público e privado que o termo cidadania enuncia, Garcia (2004) expõe que as atuais ações de responsabilidade social das empresas buscam relativizar o aparente antagonismo entre interesses privados e compromissos públicos, para que seja cada vez mais e melhor disseminada nas campanhas a imagem do empresariado mais consciente, mais politizado. Neste movimento, a autora explica que o empresariado - na medida em que se lança ativamente no campo social -, redefine o sentido e o modo de operar da velha filantropia, aproximando-a da noção de cidadania.

Sendo assim, as empresas buscam associar-se a atitudes responsáveis para com a comunidade, com seus empregados, meio-ambiente, acionistas, fornecedores etc. para atingirem o patamar de empresas cidadãs. Rohden (1996), afirma que empresa cidadã é aquela que não foge de seus compromissos de trabalhar para a melhoria da qualidade de vida de toda a sociedade, ou seja, a esfera cidadã de uma empresa está diretamente

relacionada com a premissa de deveres e cumprimento de regras e normas que preservem o bem-estar da sociedade em geral.

Rohden (1996), analisa o premio ECO, e enfatiza no campo da ação social a grande diversidade, desde o nível conceitual, até as formas de atuação, ou seja, a variedade das ações em nível dos objetivos e resultados. Garcia (2004) discorre sobre este aspecto, concordando com o mesmo enunciado apresentado por Rohden (1996), quando ressalta que:

“O campo da intervenção social nos dias atuais é constituído por um conjunto de práticas bastante diferenciadas, disputadas por agentes igualmente diversos. Ações sociais identificadas com a filantropia tradicional dividem o campo com a forma moderna de assistência, caracterizada pelo princípio constitucional de acesso a serviços sociais como um direito de cidadania” (Rohden, 2004: 10).

Segundo Garcia (2004), a década de 1990, marcada pelo hibridismo entre público e privado, Estado e ações privadas, suscitou o surgimento de debates acerca dos conteúdos e valores dessas práticas. Para ilustrar a situação, a autora expõe que:

“Diante do diagnóstico - apresentado como uma verdade inelutável - de que o Estado não é eficiente na gestão dos problemas sociais, assim como a atuação da sociedade, baseada na “boa vontade”, também não gera resultados qualificados, abre-se uma vaga a ser ocupada por quem tem “competência técnica para gerir problemas”. Isso significa introduzir uma lógica complementar, ou, para alguns suplementar (sobretudo em relação ao método), para o enfrentamento dos males sociais. Em um cenário de crise de motivação para a vida pública marcada por uma baixa credibilidade em relação às instituições sociais, o empresário aparece como o ator qualificado a instituir a lógica da eficiência e do jeito novo de “fazer o bem”(Garcia, 2004: 16).

Emerson Kapaz (1994) em seu texto: “A comunhão entre o Público e o Privado”, faz referência à atuação da sociedade civil, na década de 1990, no campo social e à crescente “cobrança” pela ética e moral, principalmente na esfera pública. Sua

proposta é debater em que medida o empresário (com sua visão ética) pode contribuir para que a sociedade civil alcance seus objetivos.

Neste sentido, é possível analisar, que a tomada de consciência da população em relação às questões éticas e morais do país, exige uma mudança de comportamento de setores antes inertes às questões da comunidade, como por exemplo, o empresariado. Atualmente o consumidor é cliente da empresa que é responsável por seus empregados, pelo o meio-ambiente, pela comunidade, que executa projetos sociais, divulga balanços sociais, enfim, que investe e atua no social. Há a necessidade criada entre os empresários de serem “empreendedores cidadãos”.

O autor destaca que esta discussão está imersa em outra bem mais ampla e complexa, que envolve toda a sociedade: a relação entre Estado e sociedade. Considera o país ainda muito “dependente” do Estado e destaca a existência do corporativismo empresarial que acaba por colocar “entraves” ao desenvolvimento da economia, ou seja, na sua visão é preciso que os empresários se conscientizem de que não há mais espaço para a utilização do Estado e dos recursos públicos na satisfação de interesses particulares. Para que estas transformações sejam realizadas na prática, Kapaz (1994) sugere um Estado descentralizado, juntamente com a capacidade de negociação entre os partidos políticos.

Observa-se que a discussão moral e ética está presente em todos os âmbitos da sociedade. Kapaz (1994) rejeita atitudes patrimonialistas e personalistas entre Estado e empresários e apóia ações empresariais comprometidas com a cidadania e a ética. Percebe-se a tendência de “reformular moralmente” o Estado para que ocorram mudanças na sociedade. Porém é preciso que a concepção de ética da sociedade, a descentralização do Estado e a reestruturação política caminhem simultaneamente com planejamentos estratégicos do Estado (realizado em conjunto com a sociedade civil organizada e empresários) em relação às políticas públicas no sentido da universalização e garantia dos direitos a todos os cidadãos, cada setor da sociedade com seus interesses, pensando em alternativas reais e aplicáveis para a melhoria das relações e condições sociais.

Nassif (1994), analisando as transformações ocorridas na década de 1990, aborda a questão da confiança nas parcerias e associações. Considera que a modernidade exige uma postura ética do empresário, na medida em que a sociedade cobra atitudes que sejam construtivas para o coletivo. Neste sentido, Nassif (1994) explica que o poder da sociedade cresce em todo o mundo, levando a uma crise do

modelo de gestão centralizada. Essa crise também é fruto da complexidade e do grande crescimento das empresas, que geram tendências mais hierárquicas no mundo empresarial.

Estas mudanças implicam a gestão participativa e a redução de uma empresa a muitas unidades pequenas. Para o autor, este movimento se traduz em cidadania e ética dentro das empresas, sendo cidadania o reconhecimento dos direitos individuais, a possibilidade de acabar com os modelos verticalizados que impedem que as bases sejam criativas e se organizem. É o respeito ao consumidor e também individualmente a cada funcionário, oferecendo voz e poder para que ele se manifeste.

O autor considera que a empresa moderna tem uma missão quase tão importante como a da família, pois agrega valores e ajuda, tanto quanto a família, a moldar os princípios de uma sociedade. Considero esta visão polêmica já que a empresa não deve ser considerada uma extensão da família para o funcionário. A tendência dos funcionários atualmente é justamente de analisar, de perceber, criticar, conhecer, participar das decisões da empresa, e não de idealizá-la como a “salvadora da pátria”.

De fato, as empresas podem estar fazendo a parte delas, ou até mais, ou até menos, a questão é que temos que partir do princípio de que a ética e a mudança de valores são graduais e realizados por todos os atores sociais em todas as esferas sociais, não apenas e prioritariamente a partir do âmbito empresarial.

Em relação à questão do lucro, o autor considera que este é fundamental, e que os lucros abusivos (gerados nos momentos de grande inflação) existem apenas em economias fechadas. Neste sentido, economia aberta não tem lucro abusivo, onde se um setor tem lucros mais altos, atrai investimentos e a própria competição vai fazer com que o lucro caia.

Não considero que lucros abusivos somente ocorram em economias fechadas. Em nosso país a má distribuição de renda e a grande desigualdade social (frutos de grandes momentos de crises econômicas) demonstram que a apropriação desigual dos lucros sociais, assim como a apropriação de bens por parte de alguns grupos especulativos continuam gerando mais desigualdades e aprofundando a violência urbana, rural e a miséria (alimentícia e cultural). Neste sentido é preciso que as políticas públicas sejam oferecidas universalmente e com qualidade. Ações pontuais derivadas do Estado (através de benefícios assistencialistas) e de empresários não são suficientes e precisam ser superadas, pois somente “amenizam” situações de crise, mas não resolvem o problema da grande desigualdade presente no país.

Não descarto a importância da concorrência das empresas para que a economia cresça, porém não vislumbro que necessariamente esta competição irá fazer com que o lucro caia. O lucro somente muda de rumo, ao invés de ser concentrado em uma única empresa, ele se torna descentralizado, gerando quedas de preços para os consumidores, mas nada que se compare à transferência de renda no sentido de diminuir as desigualdades.

Não que a classe empresarial tenha tais pretensões (e nem poderia ter), porém é necessária uma análise profunda acerca destas questões centrais, para que possamos pensar as questões econômicas como sendo determinações da chamada questão social.

Segundo o autor, para estimular o aprofundamento das mudanças, que vem sendo realizadas pela sociedade, e incentivar o espírito empreendedor, o Estado não deve querer dar nenhum direcionamento ao capital. No novo modelo de integração competitiva da economia brasileira à economia internacional, o Estado atua criando condições macroeconômicas favoráveis ao investimento.

De acordo com Campos (1994), o Brasil está marchando e tem de marchar para o capitalismo democrático, que é uma combinação de economia de mercado com democracia política. Na sua visão, é preciso acabar com a idéia de auto-suficiência, e sim buscar a especialização nos setores onde o país possa ter vantagem competitiva.

Neste sentido, defende a idéia de livre mercado. Campos (1994) afirma que o Estado centralizador, o assistencialismo estatal, a tutela do indivíduo ou da empresa, não é um mecanismo eficiente de melhoria de padrão de vida da sociedade. Segundo o autor, para estimular o espírito empresarial deve haver uma profunda transformação na relação capital-trabalho no Brasil. Isto se dá através da reformulação dos sindicatos, redução de cargas tributárias para pequenas e médias empresas, e do estímulo aos investimentos por parte do Estado. Sua concepção de desenvolvimento segue o pensamento de Nassif (1994) baseada no aumento da competitividade juntamente com a geração de empregos. Percebe-se nestes discursos, tendências de considerar o Estado ineficiente em relação à gestão do social.

Implicações internas da Responsabilidade Social Empresarial

As conseqüências da ambivalência da filantropia são apresentadas por Paoli (2002), como rebatimentos negativos na opinião pública, criando a idéia de que o Estado é ineficiente. Ainda, a respeito do argumento da ineficiência do Estado, Paoli

(2002) apresenta que o sentido da “filantropia empresarial cidadã” e sua auto-investida responsabilidade social no Brasil está diretamente ligada à substituição da idéia de deliberação participativa ampliada sobre os bens públicos pela noção de gestão eficaz de recursos sociais, cuja distribuição é decidida aleatória e privadamente. São práticas que desmancham a referência pública e política para reduzir as injustiças sociais. Landim (1993) contribui para o debate afirmando que:

“A nova conjuntura política e econômica propicia a abertura de diálogo e de trabalhos comuns entre entidades civis e empresariais, ocasionando também possibilidades de mudanças na mentalidade da filantropia empresarial no Brasil. (...) Se considerarmos o desenvolvimento da filantropia como “evolução dos *donativos de caridade* para *doações estruturadas* ou *investimento social* (...) a filantropia no Brasil sem dúvida ainda se encontra em fase incipiente”, marcada por programas assistencialistas e paternalistas, mais do que por iniciativas promotoras de desenvolvimento e transformação social”(ARCO, op. Cit.p.4) (Landim: 1993: 41).

De acordo com Paoli (2002), é através da consciência humanitária ativa, que o empresariado se agrega aos elogios da sociedade civil e ao “terceiro setor”. Garcia (2004) explica que:

(...) A filantropia empresarial, é referida, pelos seus integrantes, como uma das organizações do chamado “terceiro setor”. Assim, combinadas com outras (ONG’s, partidos, movimentos sociais, instituições religiosas) e identificadas por algumas características comuns (sobretudo não serem Estado nem mercado), resultam nesse conjunto singular: o setor sem fins lucrativos”(Garcia, 2004:20).

Segundo Landim (1993):

“ (...) Via de regra, sem “fins lucrativos” no Brasil evoca então, por um lado, valores religiosos, altruísmo, boa vontade, pessoalização (é o mundo das iniciativas de assistência social, creches, asilos, distribuição de alimentos, etc) Nesse caso, as fronteiras entre esse “setor” e o universo religioso nem sempre são muito nítidas. E por outro lado, outros “tipos” de organizações também sem fins lucrativos evocam cidadania, modernidade,

construção de sociedade civil (é o mundo de associações comunitárias, de moradores, profissionais, entidades de defesa de direitos civis, etc) A esse nível, “sem fins lucrativos”, sociedade civil e oposição política tem-se confundido, na história recente do país. É quando o não-governamental aparece, freqüentemente, como anti-governamental”(Landim, 1993:44)

Neste sentido, Paoli (2002) aprofunda um pouco mais a questão do terceiro setor, colocando a temática do voluntariado como um meio de reflexão. A autora cita Yazbek que por sua vez considera a responsabilização privada do social, despolitizadora da questão social. As ações e iniciativas públicas são desqualificadas perante a sociedade, sendo o empresariado o agente capacitado para resolver os problemas sociais. Este movimento gera a despolitização da população que desconhece a possibilidade de lutar pela melhoria da qualidade das políticas públicas, gerando entraves ao exercício da cidadania.

Garcia (2004), assim como no trabalho realizado por Rohden (1996) elenca alguns elementos do novo ideário de filantropia empresarial. A autora explica que o conceito “filantropia empresarial” está relacionado à: ações isoladas realizadas por motivações humanitárias; que pressupõem a relação com o público alvo de demandante/doador; ações que são decorrentes de uma opção pessoal dos dirigentes; que consideram os resultados provenientes do poder de ajudar e que não possuem a preocupação de relacionar-se com o Estado. Sendo assim, observa-se a tendência atual de reconfigurar essas ações, visto que fazem ecoar ações “paternalistas” consideradas “ultrapassadas”. Neste sentido, ações relacionadas à responsabilidade social são caracterizadas como: mais integradas; possuem em sua essência o sentimento de responsabilidade; entendem a relação com o público-alvo como a de parceria; são incorporadas na cultura da empresa envolvendo todos os colaboradores; seus resultados são preestabelecidos e há preocupação com o cumprimento dos objetivos propostos; buscam dar transparência à atuação e multiplicar as iniciativas sociais; buscam complementar a ação do Estado, numa relação de parceria e controle.

Sobre estas novas configurações, Mello (1994) afirma que as ações realizadas pelas empresas não podem ser apenas assistencialistas, devem ser de construção de uma nação. É preciso pensar em soluções viáveis para desenvolver o local. Sendo assim, explica que a integração governo-empresariado-comunidade deve se dar localmente,

tendo como meta o desenvolvimento da região onde a empresa está estabelecida. A autora segue a linha de pensamento de Olivetto (1994), que também considera que uma empresa não pode esperar que o governo realize todas as ações, e se ela está instalada em uma comunidade sem recursos, deve contribuir para o crescimento local.

Portanto, no contexto atual de “modernização” das ações sociais, no qual o empresariado possui o papel responsável perante a sociedade, as práticas “inconsistentes” não possuem destaque e nem são muito desejadas. A idéia em torno destas ações em prol do bem comum são baseadas em criatividade, conteúdo, ideologias, objetivos de retorno do investimento, aumento da credibilidade da marca, responsabilidade com os cidadãos entre outros. Práticas simplesmente “caritativas” e “filantrópicas” não abarcam a idéia ampla de responsabilidade, das ações éticas que contenham moral e cidadania como base.

Neste cenário, as novas designações deste termo, segundo Rohden (1996) são: ação social empresarial, investimento social, participação social ou comunitária da empresa, desenvolvimento social ou cidadania empresarial. Tais designações são baseadas nos seguintes pontos: de que o empresariado visa o retorno destes investimentos no social, – utilizando o marketing como um instrumento para fixar a imagem da empresa - com fins de lucro - não estando prestando favores à sociedade e sim contribuindo para seu desenvolvimento. Podemos reconhecer que o debate envolve muitas vertentes, inclusive a de que atualmente a sociedade cobra dos empresários, dos governos transparência, ações, propostas, projetos e discussões. No caso do empresariado, a receptividade às demandas se faz necessária para que suas empresas continuem lucrando, afinal o consumidor é mais exigente, e utiliza critérios na hora da compra que vão além de qualidade, de rigor tecnológico.

Atualmente, a concepção de “empresa cidadã” demonstra a necessidade das empresas se preocuparem com os “males” que atingem a sociedade. Daí a idéia proposta por Garcia (2004), que afirma que o modelo contemporâneo de responsabilidade social introduz uma preocupação maior com ações integradas.

Baseando-se em Rohden (1996), é importante analisar que o desenvolvimento de uma economia moderna juntamente com o florescimento de um clima democrático exige investimento social por parte das empresas. O empresariado, portanto, não se trata de um “benfeitor”, nem tampouco irá resolver as grandes desigualdades sociais presentes em nosso sistema de produção capitalista. Ele se vê em um novo papel exigido pelas condições democratizantes emergidas no contexto democrático e

complexificadas nos anos 90: ser “sensível” aos problemas sociais, ambientais, com a sociedade em si como um todo. Surgem demandas e cobranças por parte da sociedade civil, na luta por políticas públicas de qualidade, por melhores salários, por qualidade de vida. Enfim, demandas que, no contexto neoliberal de desmonte do Estado são “apropriadas” pelo setor privado e também se tornam de certa maneira, concretizadas – em suas devidas proporções e possibilidades - pelas ONGs e movimentos sociais. Para explicar mais um pouco sobre estas especificidades, Landim (1993) afirma que:

“Na construção da identidade das ONGs brasileiras como um campo específico de práticas e instituições, foi fundamental a distinção – ou mesmo oposição - com relação ao campo da assistência social (Landim,1991) . A história dessas últimas entidades no Brasil, marcada pela religião e por relações clientelistas e de dependência, é uma das explicações para serem rejeitadas pelo universo que se dedica à implantação dos valores da modernidade na sociedade brasileira. A tensão entre a prestação de serviços materiais e as lutas por direitos civis e políticas públicas tem sido aqui particularmente acentuada, sendo o “assistencialismo” um fantasma eternamente exorcizado pelas ONGs, em seus trabalhos que envolvem benefícios materiais à população (Landim 1993:34)

Tavares (1994) afirma que é preciso que a classe política, a classe empresarial, a classe cultural, enfim a sociedade como um todo tome iniciativas, pois as mudanças não deverão ser feitas por uma única pessoa, um presidente por exemplo. É necessário que hajam maiores espaços de debates, para que as pessoas não fiquem prisioneiras de uma “ideologia estúpida” – Estado X Mercado -. Neste sentido, a autora observa a questão com multiplicidade e considera que a atuação do Estado não acaba com o mercado, pois não existe mercado sem regras. Explica também que o desenvolvimento de uma mentalidade realmente empresarial no Brasil não passa pela ausência de Estado, mas por uma profunda transformação em sua forma de atuação. Isto implica organização e cobrança por parte da sociedade para que a mudança em nosso país seja política, social, cultural.

Silva (1994) retrata esta tendência/expectativa à mudança de mentalidade da classe empresarial brasileira nos anos 90:

“Numa sociedade como a nossa, capitalista, precisamos de empresários. Mas eles devem ser empreendedores e não predadores. O empreendedor é realmente importante. Mas o empreendedor com visão social, e não o que vê a fábrica como um lugar de escravos ou que quer parecer moderno e diz que dá participação nos lucros, mas não permite que os trabalhadores vejam o quanto lucrou; que acha que a greve é um direito, mas não suporta ver esse direito exercido”. (Silva, 1994; 74)

Cheibub e Locke (2002) diante deste debate consideram fundamental saber denominar o que não é responsabilidade social, para que se tenha uma melhor compreensão dessas ações. Portanto, os autores demonstram que não podemos chamar de responsabilidade social as ações, programas, benefícios, etc. que foram adotados pelas empresas como resultado de negociação trabalhista (acordo, convenção, etc), sendo que, nestes casos, estaríamos diante de uma questão de poder, barganha política e não de responsabilidade social.

Sendo assim, responsabilidade social implicaria, para os autores, em ações que vão além da letra da lei. Neste contexto, estão incluídas também questões de interesse econômico das empresas, nos quais as questões morais das ações não são norteadoras dessa responsabilidade social. Segundo os autores, percebe-se que é do interesse da empresas promover estas ações, mesmo que seja um interesse em longo prazo. Este contraste pode ser considerado um exemplo de que mesmo promovendo ações sociais (com fins de retorno de investimentos a curto ou longo prazo) as empresas possuem como principal objetivo a maximização dos lucros. Ou seja, por mais “boas intenções” que seja portador, o empresário é “regido” pela lógica mercantil no qual certos valores morais elementarmente não fazem parte deste universo.

Sobre estas considerações, a respeito dos interesses das empresas em realizar as ações de responsabilidade social, Rohden (1996), em sua análise do prêmio ECO, destaca que no regulamento da premiação, estão previstas normas como:

“Não serão inscritos projetos baseados em medidas decorrentes apenas de imposição legal (...). O regulamento também exclui projetos voltados unicamente para as próprias empresas ou seus

funcionários e promoções com fins comerciais” (Rohden, 1996:51).

Nesta premiação valorizam-se ações espontâneas do empresariado e sem interesse direto da empresa. Ou seja, procura-se exaltar ações “indiretas”, que no caso se referem a projetos que sejam condizentes com a concepção de responsabilidade social empresarial e não aqueles simplesmente direcionados aos interesses “diretos”, como por exemplo, projetos voltados aos empregados da empresa e familiares assim como aqueles com características de promoção com fins comerciais.

Porém identifica-se, que nem sempre estes critérios são cumpridos devido às já citadas diversidades e tensões que predominam na área de investimento social empresarial. Sobre esta diversidade, Ashley (2004) expõe em seu trabalho sobre ética e responsabilidade social nos negócios, que há uma grande diversidade de posicionamentos quanto à responsabilidade social, que envolve aspectos de interesses ambientais, sociopolíticos e econômicos. Sendo assim, estes aspectos podem ser utilizados para analisar os impactos das políticas estratégicas das empresas causadas na população atendida. Alguns critérios são incluídos na avaliação destas políticas e são fundamentais para entender a nova lógica responsável das empresas; como por exemplo: nível mínimo de responsabilidade social, ou seja, o cumprimento da lei; nível de obrigações além da lei e nível de aspirações a ideais éticos.

Neste sentido Ashley (2004) considera a dimensão das relações político-sociais entre Estado, sociedade e sociedade civil organizada, a forma contemporânea de explicar as ações de responsabilidade social. Com isso, a autora utiliza o conceito de mandala da empresa socialmente responsável para explicar que:

“A empresa não é o centro da sociedade, mas sim um resultado de relações ao longo do tempo e do espaço, gerando por outro lado impactos nas relações tanto no tempo como no espaço”. (Ashley, 2004:45)

Sobre esta relação Estado/sociedade/empresas, Souza (1994) afirma que o sentido da função empresarial não é algo dado, e sim construído. Sendo assim, entende que a função empresarial e o próprio empresário fazem parte de toda a cultura de uma sociedade.

Garcia (2004) complementa o debate quando expõe os dois lados dos argumentos sobre responsabilidade social, expondo que se de um lado, os defensores valorizam a idéia como uma saída para os diversos males sociais, por outro os refratários à campanha colocam como uma estratégia de marketing, que agrega valor à imagem da empresa. É sobre esta posição positiva da idéia de responsabilidade social, que para alguns empresários suas ações serão capazes de “mudar o mundo”, a partir de uma contribuição original, eficiente e eficaz do setor empresarial. Um exemplo sobre a influência do marketing sobre a imagem do empresariado e a respeito da preocupação em passar a idéia de “empresa cidadã” é a citação presente no trabalho dos autores Neto e Fróes (1999), defensores da responsabilidade social:

“Para o Presidente da FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo - a cidadania empresarial é um fator de reforço da imagem. “Deduzir recursos do imposto de renda e canalizá-los diretamente para as crianças e adolescentes carentes é uma ação de cidadania a ser cada vez mais estimulada” (Neto e Fróes, 1999:97).

Pode-se perceber, neste argumento, a presença implícita da idéia de ineficiência do poder público para com o atendimento das necessidades e direitos sociais dos cidadãos, onde o verdadeiro recurso que deve ser destinado à parcela pobre da população é proveniente do empresariado, já que o Estado não participa de maneira “eficaz” neste processo. Rohden (1996) analisa esta questão quando diz que a filantropia empresarial contribui para a construção de uma imagem positiva da iniciativa privada. Garcia (2004) considera que atualmente o produto perdeu a importância para a marca, é ela que define as estratégias de marketing. Assim, na atualidade, a marca com “qualidade social” é norteadora da escolha do consumidor pelo produto. Percebe-se que as virtudes provenientes da filantropia empresarial tendem a se “transformar” em virtudes responsáveis, que tragam prestígio à empresa e que conquistem a confiança da sociedade.

Paoli (2002) apresenta uma análise crítica a respeito da transformação do trabalho social em “produto”, ou seja, em medições quantitativas de resultados (racionalidade empresarial, resultados, gestão, eficiência, eficácia, mensuração, premiação, competição). Isto permite observar que as ações sociais sofrem influências diretas e indiretas em relação à sua própria natureza. Neste sentido, estão incluídos

valores éticos e morais norteadores de ações eficientes e expectativas de respostas pela aplicação das mesmas. Segundo Ashley (2004), os critérios para avaliar o desempenho total dos negócios operados pela empresa são:

“Aspectos econômico-financeiros, pela contabilidade clássica dos demonstrativos analisada pelo mercado financeiro e de investimentos; aspectos de desempenho de produção: economia de recursos ambientais, humanos, financeiros, materiais e patrimoniais; eficiência na relação entre produção e recursos utilizados; eficácia para atingir as metas de produção; efetividade para atingir a satisfação dos benefícios do produto/serviço e os objetivos estratégicos no negócio(...)”.(Ashley, 2004)

Sendo assim, para Ashley (2004) uma empresa socialmente responsável é aquela que possui um nível de comprometimento entre a missão social da empresa e a posterior aplicação prática do conteúdo. Para Paoli (2002), isto indica que a racionalidade econômica dos interesses privados deve comandar bem mais a filantropia empresarial do que o compromisso ético com a sociedade. Esta posição a respeito dos reais interesses nas ações sociais empresariais é pertinente visto que o meio empresarial possui objetivos específicos relacionados ao lucro e também interessados no marketing e valor social agregado à marca. Sendo assim, o âmbito privado tende a basear suas ações a partir de expectativas de retorno e de regras econômicas, não mantendo o foco na universalização pública das ações e igualdade social. Considerando estes fatores importantes para a análise do tema da responsabilidade social, pode-se concluir, que para Garcia (2004):

“(...) O consenso em torno da responsabilidade social como valor positivo não implica uma visão uniforme acerca de como exercê-la (...), e que há novos elementos no interesse dos empresários pela questão social, assim como há maior poder de escolha e veto por parte dos cidadãos, e a existência de valores em disputa”.(Garcia, 2004:55)

Estratégias de ampliação da Responsabilidade Social Empresarial para o ambiente externo da empresa

O tema da responsabilidade social é muito abrangente e envolve diversas vertentes que podem ser discutidas e analisadas. A escolha da abordagem deste trabalho a partir de autores diversos se explica pela necessidade de expor diferentes visões sobre a temática, para que o debate a respeito contribua para a análise e desenvolvimento das questões relativas à responsabilidade social.

Segundo Paoli (2002) apenas pela participação no sentido dos direitos é que podem ser configuradas novas formas de resistência e de sociabilidade que, em si mesmas, são opostas às vazias idéias de futuro em crítica e sem projetos, das variantes mercantis do neoliberalismo.

Melo Neto e Fróes (1999) afirmam que:

“O caminho para vencer o grande desafio social do país, ou seja, diminuir a pobreza e eliminar a miséria, deverá ser construído pelo Terceiro Setor, e não pelo cinismo dos políticos, a incompetência dos administradores públicos, pela indiferença dos empresários e a alienação dos cidadãos de primeira e segunda classe”. (Neto e Froes, 1999)

Tal consideração aponta uma visão mais “conservadora” das relações sociais, além de privilegiar o Terceiro Setor como o espaço da ética. Realiza-se então uma visão “salvadora”, “única” e pobre de pluralidade, na qual o Estado de Bem-Estar Social é considerado falido e incapaz de suprir as necessidades básicas dos cidadãos. Neste sentido, Melo Neto e Fróes (1999), se afirmam basear em Claus Offe, para defender a tese da existência de uma nova ordem social, que surgiu em decorrência da falência do Estado de Bem-Estar Social, paralisando-o:

“Milhões de cidadãos tornaram-se órfãos do Estado de Bem-Estar Social, morto, enterrado e esquecido pelos escombros deixados pela onda neoliberal que, tendo começado na Inglaterra, alastrou-se por todo o mundo”.(Neto e Froes, 1999)

Sabe-se que um debate ampliado a respeito de um tema inclui análises fundamentadas e que expõe a multiplicidade da dinâmica em que vivemos. Instituições

sociais interagem entre si, onde Estado, sociedade, ONGs, movimentos sociais, empresas, formam o complexo sistema capitalista de produção, formado por classes sociais antagônicas e que negociam constantemente seus interesses. Há, portanto, relações “móveis” e dialéticas, que sempre se transformam ao longo da história. Em contrapartida, Paoli (2002) cita Santos (1998), expondo a existência de possibilidades no campo da ação social e relacionando a questão da exclusão e dos problemas sociais com o contexto neoliberal e suas implicações:

“Suponho que a compreensão das ações contra-hegemônicas ao modelo social e econômico neoliberal, centro deste projeto coletivo, deva esclarecer, sobretudo as possibilidades sociais e políticas de refazer, refundando-os os vínculos sociais rompidos pela crescente exclusão e política que povoa a paisagem criada pelas políticas neoliberais” (Santos: 1998).

Neste sentido, a autora propõe em seu texto:

“Avaliar essas possibilidades para o caso da criação de um espaço filantrópico organizado por empresários nacionais e de empresas multinacionais no Brasil, que se propõe como ação civil e voluntária referenciada a uma igualmente nova percepção de sua responsabilidade social diante das múltiplas carências da imensa e ampliada população pobre do país” (Paoli, 2002: 375).

A autora afirma que é através das noções de “cidadania” e “direitos” que se constitui o ativismo social do empresariado e a idéia de responsabilidade social. Incluído neste conceito há a indissociabilidade entre bem público e bem comum necessária para compreender de maneira crítica o aprofundamento da exclusão social e política do país. São sobre estas bases que os empresários encontram um “terreno fértil” para “aplicar” no mundo social as diretrizes de eficiência, eficácia e efetividade, sempre colocando em primeiro plano as ações realizadas pelo “ativo terceiro setor”.

As ações sociais de qualidade e o verdadeiro sentido de cidadão (sujeito detentor de direitos e deveres), que deveriam ser sustentadas pelo Estado, acabam por parar nos discursos dos empresários (na forma de marketing) e apropriadas por este setor, que

encontra numa sociedade marcada pela desigualdade, maneiras de “aumentar seu prestígio” e “beneficiar-se”. É fundamental perceber, que o setor privado, por mais que deseje “eliminar as mazelas sociais”, não o conseguirá, seja pela própria lógica de classes, seja pela incapacidade de suporte social universalizante que as empresas podem oferecer à população. É no Estado que a verdadeira concretização dos direitos e luta constante pelos mesmos que a cidadania deve ocorrer. No espaço público de reivindicações é que se tem poder de decisão e políticas públicas garantidas constitucionalmente e que devem ser aplicadas na vida dos cidadãos.

Em relação à concepção de responsabilidade social empresarial, Cheibub (2002) considera uma empresa socialmente responsável aquela que é a boa empregadora, ou seja:

“Uma empresa que assegure uma atmosfera de justiça nas relações de trabalho que tem lugar no seu interior; que trate seus trabalhadores como pessoas morais, dignas de respeito e consideração e pague salários que permitam condições de vida razoável (living wage). Neste sentido uma empresa socialmente responsável considera o seu sucesso um empreendimento coletivo”, envolvendo todos os seus membros: trabalhadores, gerentes, executivos, fornecedores, etc. Esse é um bom modelo de responsabilidade social porque ele é viável, é do interesse das empresas e dos trabalhadores, além de ser benéfico para a sociedade como um todo”(Cheibub, 2002: 14).

Assim como Cheibub (2002), Melo Neto e Fróes (1999) consideram que:

“A responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que esta presente e minorar possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividades que exerce”. (Neto e Froes, 1999:102)

Estes autores complementam esta idéia, aproximando-se e concordando com a definição de Cheibub (2002), quando citam Oded Grajew, Diretor Presidente do Instituto Ethos:

“O conceito de responsabilidade social está se ampliando, passando da filantropia, que é a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais” (Neto e Froes, 1999:45).

Pude observar através de leituras de documentos e de participações em palestras, que o empresariado está engajado na “missão da responsabilidade sócio-ambiental”, que se refere à lógica que “rege” a empresa moderna. Atualmente as empresas que não se adaptam ao novo ideário de relações éticas com a comunidade, meio-ambiente, fornecedores, consumidores e acionistas, não integram o conceito de ética nos negócios não passam a imagem de responsabilidade, confiança e transparência para a sociedade. Neste contexto, as empresas buscam “divulgar” suas ações e projetos para a melhoria da sociedade, enaltecendo tais ações e apresentando-as como inovadoras e eficazes. Não há preocupação de articular essas ações com as políticas públicas, contribuindo para o privilegiamento do espaço privado em detrimento do público.

Instituições ligadas às ações de responsabilidade social empresarial, como, por exemplo, o Instituto Ethos enfatizam que o principal eixo de atuação das empresas compromissadas com o social é a transparência nos negócios, que implica em “práticas éticas e transparentes com todos os públicos que a empresa se relaciona. Neste sentido, as empresas são consideradas geradoras de valores para a sociedade, agentes de nova cultura empresarial de mudança da sociedade, que não se preocupam apenas com o crescimento financeiro. Nesta lógica, enfatizam que a Responsabilidade Social Empresarial é uma questão de gestão estratégica para os negócios: gerando benefícios para os negócios e para a sociedade. É interessante perceber que o empresariado reconhece/considera alguns benefícios destas práticas para os negócios como: reconhecimento e fidelidade do consumidor; aumento da motivação dos funcionários; atração e retenção de talentos; acesso a capitais e mercados; maior longevidade nos negócios”. Consideram ainda que realizam a “gestão do negócio socialmente

responsável” e não gestão da Responsabilidade Social e que a incorporação desta concepção deve ocorrer em todos os níveis e departamentos da empresa, ou seja, utilizam o discurso da ética dos negócios para potencializar seus interesses finais, relacionados ao marketing e ao retorno deste investimento no social.

Neste sentido, as práticas de Responsabilidade Social Empresarial exercidas pelas empresas, são apresentadas através de números, mostrando que fazem parte de um plano estratégico de qualidade da empresa, em que o bem-estar e a promoção da cidadania tanto no âmbito interno como externo é o foco/objetivo. O instrumento utilizado pelas empresas a fim de provar sua eficiência no campo da Responsabilidade Social é o balanço social. Percebe-se que o principal objetivo do balanço social é o de “mostrar” publicamente as ações desenvolvidas pela empresa e também de afirmar a transparência destas ações.

Sendo assim muitas empresas compartilham da idéia de Responsabilidade Social, atrelada a ações de caráter proativo, e não apenas compensatório. O ideário de modernidade, de “libertação da filantropia empresarial” que surgiu e começou a se afirmar em nosso país na década de 90 trouxe “novos ares, novos objetivos” para as empresas. Desde então, busca-se potencializar e ampliar cada vez mais a Responsabilidade Social, criando gestões específicas para gerir e exercer tais práticas. Alguns aspectos destas mudanças de objetivos, foram percebidas de maneira peculiar na fala de alguns empregados de FURNAS Centrais Elétricas S.A . Mais adiante, estas análises poderão ilustrar estas novas tendências.

Limites e alcances da Responsabilidade Social Empresarial e o papel do Assistente Social nesta dinâmica.

O novo conceito de responsabilidade social inclui conceitos éticos, balizados sobre a idéia de responsabilidade para com os acionistas, consumidores, fornecedores, meio ambiente, etc. As ações sociais, assim como as instituições, são orientadas por valores morais, ou seja, não há neutralidade de intenções, principalmente quando se trata de questões ligadas ao âmbito social.

Analisando a questão da responsabilidade social empresarial, considera-se que a posição do “empresariado: mais capacitado para realizar ações de Responsabilidade

Social”, consiste muito mais em uma estratégia de marketing do que uma real possibilidade de efetivação dos direitos de cidadania em nosso país. Porém é preciso também observar que as formas de atuação social do Terceiro Setor (incluindo as empresas) são necessárias e de certa forma contribuem em alguns aspectos para o desenvolvimento da comunidade. Mas é preciso incluir nessas ações a concepção de democracia, de direitos de cidadania provenientes do Estado conforme garantido na Constituição, para que Estado e sociedade não se “descolem”.

Neste sentido reconhece-se a importância do ativismo da sociedade como um todo (empresas, comunidades, associações de moradores, movimentos sociais, etc.) na construção de uma sociedade mais justa, mas nunca desviando o foco público para o privado, pois assim, a universalização dos direitos de cidadania poderá ser efetivada. É reconhecendo a importância do Estado na sociedade, que o espaço privado poderá também se afirmar, não como “salvador dos males” mas como integrante da sociedade, caminhando complementarmente, com suas devidas especificidades e objetivos privatistas, na linha da construção de uma sociedade melhor para todos. Nesse contexto, o assistente social deve contribuir planejando políticas públicas de qualidade, atuando diretamente nos setores públicos e privados da sociedade. Sua atuação deve articular todos os setores da sociedade, no sentido de realização de parcerias com diversos setores, sempre visando à garantia dos direitos da população. O empresariado descobriu que trabalhar com “resultados sociais” gera um retorno, vantagens. Dentro desta lógica, o assistente social é chamado para administrar a questão da produção e reprodução da força de trabalho:

[...] a demanda central comum, mantida em todos os períodos, confirma a finalidade do trabalho desse profissional, historicamente construída, que tem sido a reprodução física e espiritual (psicológica, social, cultural e política) do trabalhador, através da assistência material e da orientação de um modo de ser, sentir, pensar, agir, em relação ao trabalho, à sociedade e à vida (Freire, 2006:63).

Baseando-se em Freire (2006):

[...] o assistente social é chamado a desempenhar sua profissão em um processo de trabalho coletivo, organizado dentro de condições sociais dadas, cujo produto, em suas dimensões materiais e sociais, é fruto do trabalho combinado ou cooperativo, que se forja com o contributo específico de diversas especializações do trabalho (Iamamoto, 1998:107).

Freire (2006) explica que,

[...] não há um único e idêntico processo de trabalho do assistente social, mas “processos de trabalho nos quais se inserem os assistentes sociais” (ibid.:106). Eles vão sendo construídos dentro dos limites e possibilidades das condições particulares do exercício profissional, por sua vez articulados à totalidade das relações sociais, através de múltiplas mediações. Por outro lado, por ser requisitado para ocupar-se de expressões da questão social, situadas no centro da tensão entre as classes fundamentais, o assistente social tem condições de favorecer às necessidades da população atendida e seu desenvolvimento como sujeito político (Freire, 2006:60).

Sendo assim, é possível entender que nesse movimento novas formas de trabalho são constituídas, articulando diferentes demandas profissionais, de acordo com as necessidades que surgem com as mudanças da sociedade. O assistente social deve ir além das aparências, do campo imediato das ações, elucidando mediações e percebendo criticamente a realidade em que está inserido. Dessa forma, o profissional cria capacidades de enfrentamento de situações, buscando soluções e recursos para mudar as realidades cotidianas.

Considero que o assistente social, apesar de ser o profissional que lida com as demandas sociais cotidianamente, não ocupa os espaços de gestão do social, planejando, propondo alternativas de integração de políticas. Atualmente é exigido que o profissional seja “multifuncional”, ou seja, tenha capacidade de gerir pessoas, de capacitar, gerenciar, e de principalmente ser eficiente e qualificado. Neste contexto, devido ao próprio movimento de correlação de forças no ambiente interno da empresa, o assistente social encontra-se “tragado” pelo cotidiano. Assim como já discutido, o empresariado administra, planeja, gere o “social” da empresa, tomando a liderança desses processos, que na ponta gera ações pontuais (apresentadas como inovadoras e

integradas) com características planfetárias. Percebe-se que o assistente social, com sua capacidade de articulação, mediação, deve integrar esses processos de maneira protagonista, a fim de imprimir um novo caráter às ações de Responsabilidade Social Empresarial, integrando-as com políticas públicas e planejando e executando dentro de seus limites e possibilidades alternativas para a garantia e ampliação dos direitos sociais.

4. Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C.

Alguns aspectos históricos relevantes para a formação do Comitê Furnas da Ação da Cidadania - Escritório Central (E.C.)

A história do Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. está ligada com o Comitê de Empresas Públicas no Combate à Fome e pela Vida – mais tarde denominado de COEP (Comitê de Entidades Públicas: Uma construção da ética e da cidadania), formado por entidades governamentais, federais, estaduais e municipais, ligadas a distintos ministérios ou secretarias, coordenados por um representante da sociedade civil, sem hierarquia, sem sede, e com participação por adesão.

O sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, foi um dos principais atores que incentivaram estas ações/mobilizações, que no ano de 1992, resultaram no COEP e em ações desenvolvidas no Escritório Central e nos diversos Comitês da Ação da Cidadania das áreas regionais de FURNAS.

Sabe-se que, em 1992 o país estava passando por um intenso processo de crise na política, levando ao impeachment o presidente Collor. Segundo Mauro Morelli, em sua entrevista ao livro: “Mobilização: Betinho e a cidadania dos empregados de FURNAS” foi durante o Governo de Itamar Franco que em 18 de março de 1993, o presidente realiza uma reunião ministerial com a presença de Betinho, em que se constatava o Mapa da Fome com o número de 32 milhões de indigentes e famintos.

Em 16 de abril deste mesmo ano, Betinho juntamente com outros membros, entregou ao presidente o Plano de Combate à Fome e a Miséria, Princípios, Prioridades e Mapa das Ações do Governo, incluindo o projeto do Conselho Nacional de Segurança Alimentar - Consea. Betinho era um dos 21 conselheiros representantes da sociedade civil que fazia parte do Consea.

Para Mauro Morelli, a criação deste primeiro conselho não paritário da história da República, inaugurou relações e critérios novos para o exercício do poder. Considera que o Consea transformou-se em espaço de diálogo permanente entre Governo e sociedade, instrumento de parceria, de colaboração crítica e de coordenação política de projetos para o combate à fome e erradicação da miséria.

Neste momento, foram criados por 32 empregados de empresas públicas, estatais e autarquias atendendo a determinação do Presidente e a convocação do Movimento pela ética na Política, inúmeros comitês de solidariedade promovendo iniciativas de combate à fome e à miséria.

Segundo entrevista cedida por André Spitz Secretário - Executivo do Coep a este mesmo livro citado anteriormente, em março de 1993, o professor Luis Pingueli Rosa e o sociólogo Herbert de Souza, encaminharam uma carta a um grande número de dirigentes de empresas estatais para uma reunião com representantes governamentais no Fórum de Ciência e Cultura da UFRJ. Esta reunião contou com um grande número de dirigentes de empresas. O tema era a responsabilidade social das entidades e suas vertentes foram a mobilização, articulação através de parcerias e a participação dos empregados enquanto cidadãos. A partir desta parceria, surgiu o COEP.

Em junho de 1993, um grupo de voluntários ligados a FURNAS, empregados efetivos e contratados, formou o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania – E.C.

A intencionalidade desta breve contextualização caminhou na tentativa de expor sobre alguns acontecimentos relevantes que contribuíram para a formação do que hoje é o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C., que será melhor explicitado na parte que se segue.

Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C: Diretrizes, compromissos e ações desenvolvidas

Em setembro de 1995, foi lançado o Contrato da Cidadania, onde os funcionários que se dispuseram a colaborar com as ações do Comitê, assumiram o compromisso de doar mensalmente um percentual do seu salário nominal, descontado diretamente do pagamento e repassado por FURNAS, ELETRONUCLEAR e pela Fundação Real Grandeza ao Comitê. É com esta verba que o Comitê desenvolve suas atividades. Existem ainda as doações dos empregados contratados, recebidas pela Secretaria do Comitê, mediante recibo, diretamente em seus locais de trabalho, além de campanhas realizadas ao longo do ano.

Em julho de 1998, foi aprovado, durante a Assembléia Geral Ordinária o Estatuto do Comitê, devidamente registrado e que o transformou em uma entidade com personalidade jurídica. De acordo com o Estatuto, Capítulo I Art. 1º, o Comitê

FURNAS da Ação da Cidadania - Escritório Central, é uma sociedade civil de caráter associativo e sem fins lucrativos com sede e foro na Cidade do Rio de Janeiro. É ainda, originário (como foi possível perceber a partir da contextualização exposta) da união espontânea de empregados de FURNAS ou pessoas vinculadas à Empresa comprometidos com a “AÇÃO DA CIDADANIA CONTRA A FOME E PELA VIDA”.

Em seus princípios e diretrizes, está explicitado que o Comitê é uma associação que possibilita a qualquer pessoa, associado ou não, a ação solidária, participando de um mutirão no enfrentamento e reversão do quadro de miséria com o qual o país convive. Observa-se que no contexto histórico em que o Comitê FURNAS foi criado, o país passava por intensas mudanças no quadro sócio-político, no qual as iniciativas voluntárias e ações empresariais em prol da sociedade estavam emergindo.

No Art. 4º, estão determinados os objetivos do Comitê, que se referem à constituição e destinação de recursos financeiros e/ou materiais voltados para o desenvolvimento da cidadania e o combate à pobreza, incluindo apoio a instituições, entidades, ONG's e grupos da sociedade civil organizada, sem fins lucrativos e comprovadamente carentes.

No Art. 5º estão dispostas as atividades abrangidas pelo Comitê. São as seguintes:

- a) Suprir as necessidades básicas de saúde e alimentação, através da doação de alimentação, remédios, material de limpeza e higiene, etc.. a instituições conforme definido no Art. 4º;
- b) Apoiar projetos que permitam geração de trabalho e renda, capacitação de jovens e adultos, proteção da criança e do adolescente e o desenvolvimento da cidadania;
- c) Desenvolver projetos de engenharia e arquitetura, realizar e acompanhar obras ou reformas em instituições carentes;
- d) Desenvolver projetos em parceria com os diversos órgãos de Furnas Centrais Elétricas S.A, localizados no Escritório Central ou nas Áreas Regionais, que se enquadrem no escopo definido nas alíneas “a”, “b” e “c” acima;
- e) Promover campanhas de arrecadação de materiais em geral, brinquedos, remédios, vestuário, livros, cobertores, para encaminhamento a entidades assistidas, conforme citado no Art. 4º;

- f) Desenvolver projetos em parceria com o Comitê de Entidades Públicas no Combate à Fome e pela Vida – COEP, e outras entidades públicas ou privadas que se enquadrem no escopo definido nas alíneas “a”, “b” e “c” acima;
- g) Prestar serviços de consultoria e possibilitar a aplicação dos projetos do Comitê em outros locais;
- h) Buscar e catalisar diversos tipos de apoios para implementação de projetos neste campo.

É possível analisar a aplicabilidade destas ações abrangidas pelo Comitê. Uma de suas ações é o auxílio através de doações, instituições, entidades, ONG's para o desenvolvimento da cidadania. Como já citado, as doações e recursos deste Comitê são provenientes das ações voluntárias dos contribuintes, ou seja, o auxílio a entidades varia de acordo com a verba disponível. Ressalta-se ainda que parte da verba do Comitê é destinada à realização do Curso de Cuidador Social, que se trata de um projeto de geração de renda, e será melhor explicado posteriormente.

Sendo assim, percebe-se que os objetivos do Comitê FURNAS de suprir as necessidades básicas das instituições atendidas é alcançado em determinados momentos, já que tais recursos são destinados esporadicamente, e mesmo aquelas instituições que recebem doações mensais, as recebem geralmente de determinado gênero, ou alimentício, ou de higiene, enfim, recebem “ajudas” esporádicas e escassas.

Observo também que por falta de apoio e recursos, o Comitê não desenvolve/apóia no momento projetos de capacitação de jovens.

Outra ação que está elencada no estatuto do Comitê FURNAS e que no momento não é aplicada refere-se ao desenvolvimento de projetos de engenharia e arquitetura, assim como a realização e acompanhamento de obras em instituições carentes.

Em relação ao apoio dos setores de FURNAS do Escritório Central e das áreas regionais para o desenvolvimento das ações acima comentadas, considero que tal apoio precisa ser ampliado, havendo maior integração e participação dos funcionários da empresa, visto que a visibilidade do Comitê FURNAS nas áreas regionais é muito pequena.

Ações como campanhas de arrecadação de materiais em geral, brinquedos, enfim de doações em geral, não estão mobilizando suficientemente os funcionários da

empresa, visto que nas últimas campanhas de inverno e natal, a arrecadação foi muito baixa. No momento o Comitê está avaliando a continuidade da realização de tais campanhas.

No que se refere ao desenvolvimento de projetos sociais junto ao COEP, considero que o setor de Responsabilidade Social de FURNAS obtém maior acesso e apoio do COEP do que o próprio Comitê FURNAS, visto que atualmente o Comitê tem procurado apoio em outras entidades públicas e privadas.

Portanto, é possível perceber que o Comitê FURNAS desenvolve suas ações a partir de apoios que devem ser ampliados e consolidados. Seus objetivos são exeqüíveis em certa medida, visto que dependem de ações voluntárias e necessitam de suporte para serem efetivados.

Atualmente o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania desenvolve dois projetos na área da Educação: Projeto Dia do Cidadão e Oficina do Saber. O primeiro consiste em receber alunos de escolas públicas e de instituições sociais que passam pelas atividades do PROCEL e tiram suas identificações civis. É realizado em parceria com o departamento de conservação de energia (ACE.E) e com o departamento de saúde da empresa (DSG.G).

Já o projeto Oficina do Saber é destinado a crianças entre três e seis anos que estão fora da escola. O objetivo é ensinar noções educacionais básicas. É realizado na instituição Casa da Sopa – Nova Iguaçu e atende a 40 crianças. O Comitê arca com as despesas com professora, material escolar e lanche.

O Comitê oferece também apoio assistencial às seguintes entidades: União Espírita Bezerra de Menezes/ Casa da Sopa, em Nova Iguaçu que recebe mensalmente gêneros alimentícios, materiais de limpeza, peças de vestuário e brinquedos; ABRACE – Associação Brasileira de Apoio à Criança Excepcional, em Duque de Caxias que recebe cestas básicas, peças de vestuário e brinquedos; Ambulatório Médico de Senador Câmara, que recebe doação mensal de medicamentos e leite em pó. Mediante convênio com a PUC-RIO, atende gratuitamente à comunidade nas especialidades de clínica geral, pediatria e ginecologia. Também foi instalado um consultório dentário; Associação de Apoio aos Portadores de Esclerose Múltipla, na Lagoa, que recebe cestas básicas; REFAZER, em Botafogo, que também recebe cestas básicas e Projeto Crescer, em Niterói da instituição Patriarca Assistência Social - PAS , que recebe gêneros alimentícios e peças de vestuário.

Na área de geração de emprego e renda, desde 1995, o Comitê FURNAS implementa o Programa de Cuidador Social, prestando um serviço de utilidade social, principalmente na área do cuidado social, em especial para idosos. Em conjunto com outros órgãos de FURNAS Centrais Elétricas, especialmente com o Departamento de Saúde, esse programa consiste tanto na preparação de cuidadores como no cuidado com o cuidador, acompanhando o processo de qualificação que abrange a preparação básica, a supervisão e o acompanhamento de seu exercício profissional. A supervisão e o acompanhamento são realizados de maneira sistemática para os cuidadores cadastrados por FURNAS e/ou solicitados ao Comitê FURNAS por outras instituições.

Há alguns anos a Empresa instituiu um benefício (reembolso para as despesas com cuidador) que disponibiliza o cadastro de cuidadores aos seus empregados. FURNAS utiliza os cuidadores preparados pelo Comitê, sendo que muitas vezes o programa recorre a outros cuidadores, formados por outros cursos de reconhecimento público, em especial os da ANG-RJ. Possui ainda um cadastro “emergencial” de cuidadores, devido a grande demanda do serviço e a grande necessidade de disponibilidade de cuidadores.

Os cuidadores preparados pelo Curso são solicitados para prestarem serviço à solicitantes da comunidade em geral, aos empregados de FURNAS assim como à outras empresas conveniadas e entidades em geral.

O programa do Comitê FURNAS, em parceria com a Fundação Real Grandeza, promove desde 2002, cursos de cuidadores para os empregados, familiares e/ou cuidadores ligados aos participantes da Fundação, tanto no Rio de Janeiro como em outros estados. Recentemente o Comitê FURNAS fechou convênio com a empresa Brasil Veículos para a realização do Curso de Cuidador Social, e também está tramitando a possibilidade de parceria com a Eletrobrás e Petrobrás.

Desta forma, o Comitê já realizou sua 32ª edição do Curso de Cuidadores Sociais, no qual já preparou cerca de 1.200 cuidadores. Os Cursos de Cuidadores são reconhecidos por diversas Instituições públicas e privadas, entidades e empresas. O curso do Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. já obteve o Prêmio MOBILIZAÇÃO, concedido pelo COEP – Comitê de Entidades Públicas no Combate à Fome e pela Vida, como representante de FURNAS.

Nesses 32 cursos já realizados, as turmas são constituídas basicamente por mulheres que possuem baixa escolaridade e necessitam de qualificação para ingressar no mercado de trabalho. Portanto considero que o Comitê FURNAS realiza um trabalho

de capacitação profissional e de geração de renda que atualmente possui uma importância relevante tanto para a comunidade solicitante, quanto para a empresa, seus parceiros e principalmente para os cuidadores. Este programa reconhece a necessidade do cuidado e assistência à pessoa idosa diferenciando-se por oferecer um curso de cuidador gratuito à comunidade.

O Programa de Cuidador Social conta com uma equipe profissional composta por assistentes sociais, médico geriatra, enfermeiro, psicólogos, pedagogo, fisioterapeuta, nutricionista, gerontólogo, professor de educação física, além de estagiários de Serviço Social e alguns funcionários de FURNAS que atuam como voluntários. Todas essas ações fazem parte de um conjunto híbrido de iniciativas e contribuições com resultados diferenciados.

Uma análise geral sobre estas experiências feitas, contudo, de modo pouco aprofundado permite indicar que o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania realiza ações baseadas em parcerias que atingem determinados grupos com necessidades diversas.

Observa-se que o objetivo do Curso de Cuidador Social é capacitar adultos para o cuidado social, incidindo tanto na qualidade de vida dos idosos, como na geração de renda para os cuidadores. A Fundação Real Grandeza assim como a Eletrobrás, Brasil Veículos e Petrobrás, e FURNAS, possuem interesses em apoiar este projeto, afinal o cadastro de cuidadores do Comitê FURNAS é utilizado por tais instituições, fato que demonstra a crescente necessidade de projetos e políticas na área da terceira idade.

Já em relação aos projetos educacionais, como a Oficina do Saber e Dia do Cidadão, o objetivo do Comitê é oferecer suporte educacional para as crianças, assim como noções de cidadania. O projeto Dia do Cidadão tem a parceria de alguns órgãos de FURNAS que apóiam o desenvolvimento de ações socialmente responsáveis, assim como o projeto Oficina do Saber, recebe apoio de funcionários voluntários que se engajaram particularmente com a possibilidade de oferecer suporte à comunidade da Instituição Casa da Sopa.

É importante ressaltar que o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania não faz parte do programa de Responsabilidade Social de FURNAS. Assim como já foi citado, o Comitê realiza parcerias com alguns órgãos de FURNAS, ligados ou não ao setor de Responsabilidade Social da empresa. Enfatizo que deveria haver maior integração da Responsabilidade Social de FURNAS e das áreas regionais da empresa com o Comitê, auxiliando na divulgação e na implementação de projetos sociais.

Dessa forma, o Comitê FURNAS poderia ampliar suas ações e conceitos do campo assistencial, para também outros vetores que hoje integram o conceito de Responsabilidade Social, como, por exemplo, estimular e ampliar projetos para os funcionários e seus familiares, apoiar as ações de preservação do meio-ambiente presente em FURNAS há tantos anos, aumentar as parcerias com outras empresas para o financiamento de projetos de geração de trabalho e renda, entre outros.

Percebe-se que questões políticas envolvem esta relação Comitê/ Responsabilidade Social de FURNAS, e que às vezes avanços não são feitos devido à redução cada vez maior de verbas no Comitê (atualmente possui menos de 200 contribuintes) e por esta falta de integração e apoio de FURNAS. Talvez devido a estes fatores, o Comitê FURNAS realize a maioria de suas ações no campo da filantropia, sendo que suas possibilidades de evolução para projetos e práticas são grandes, a partir do momento em que FURNAS considere o Comitê um importante agente na área assistencial e que pode também fazer parte da área de Responsabilidade Social Empresarial.

5. Trabalho de Campo

Entrevista com os professores

Inicialmente realizei uma entrevista com um profissional da área de Responsabilidade Social Empresarial e com um acadêmico da área de Economia. Neste momento, irei expor algumas considerações a respeito de minha primeira entrevista, feita com o Professor J. C., da Faculdade de Economia da UFRJ. É verdade que, nesta primeira experiência de entrevista com fins de pesquisa e estudo fiquei insegura e nervosa. Primeiro devido ao fato de não ter marcado previamente um horário com o entrevistado (dada à necessidade e urgência da realização da mesma), fato este que me incomodou um pouco, pois sabia que chegara de ‘surpresa’ e poderia não ser bem-vinda. Segundo por estar entrevistando um professor da área das ciências econômicas que, segundo minhas concepções, possui visões e interpretações diferenciadas sobre os mesmo temas abordados em minha formação profissional em andamento. É importante citar que o entrevistado não se mostrou disponível, sendo que a entrevista teve duração de dez minutos.

A entrevista foi interessante e me permitiu observar que realmente existem questões e visões sobre o tema a ser estudado, antes desconhecidas. Neste primeiro contato tive a possibilidade de conhecer um pouco mais sobre a opinião de uma pessoa “exótica” à minha área de atuação. Pude me “distanciar” do tema, ou seja, “olhar com estranhamento” o tema.

A respeito das opiniões do entrevistado, identifiquei em suas falas que os conceitos econômicos (eficiência, eficácia e efetividade, entre outros) norteavam suas concepções. De maneira geral, considero que o entrevistado possuía uma leitura do fenômeno próxima à minha, como por exemplo, a de que a noção de direitos é ligada à palavra cidadania, e algumas outras concepções. Porém em outros momentos da entrevista, quando abordamos a competência do Estado em realizar ações de Responsabilidade Social, foram opostas de certa maneira às minhas concepções. O entrevistado considera “louváveis” as ações das empresas e “valoriza” a capacidade eficaz das empresas de alocar recursos para fins sociais, além de apontar o desvio de recursos sociais e corrupções existentes na alocação Estatal. Contribuições e indagações

como estas me possibilitam pensar criticamente sobre esta temática tão complexa, interessante e fértil.

Diante da fertilidade do tema estudado e do desejo de aprofundar minha análise, considerei que seria mais enriquecedor realizar outra entrevista com um acadêmico da área da Economia, o Professor C.R.M.. A experiência desta segunda entrevista foi muito diferenciada em relação à primeira. Primeiramente por ter marcado uma hora para a entrevista e também pelo fato de o professor se mostrar disponível, solícito e interessado em responder às perguntas. A entrevista foi muito esclarecedora, sendo que o professor demonstrou certo engajamento e bastante conhecimento a respeito do tema, contribuindo muito para meu enriquecimento teórico. O entrevistado citou muitos exemplos, contextualizou o tema e permitiu que a entrevista acontecesse “naturalmente”. Sua visão é ampla e inclui o tema da Responsabilidade Social no contexto atual. O entrevistado considera que este tema não deve ser interpretado a partir de visões maniqueístas em relação às responsabilidades sociais estatais e privadas.

Não considera que o Estado é menos capaz/competente para realizar ações sociais, como por exemplo, na educação pública, na saúde. Para o entrevistado essas áreas de atuação são responsabilidades do setor público e devem ser garantidos a partir de políticas públicas. Considera que a característica central do Estado é trabalhar com “grandes números”, portanto possui melhores atuações em ações “amplas” e “universais”. O autor não compartilha a ideia de ineficiência do Estado, não concordando também com os preceitos de eficiência, eficácia, efetividade aplicados a ações sociais. Afirma que se tratando de questões específicas, o Estado possivelmente não irá obter a eficiência desejável, por ser “pesado” “muito burocrático”, sendo que ONGs e instituições privadas podem atingir melhores resultados, justamente por possuírem características focalizadas e especializadas em determinadas áreas como por exemplo, infância/adolescência e idosos. Neste sentido o entrevistado possui críticas ao gigantismo do Estado, e reconhece que esta questão não deve ser polarizada, uma vez que dependendo do foco o Estado pode ser menos eficiente em ações sociais em relação com o setor privado, e vice-versa.

O entrevistado fala que depende muito do foco das ações, e diz que não há experiências que tenham mostrado que o setor privado ofereceu para a sociedade ensino fundamental de qualidade, existem, nestes casos, ações pontuais e complementares do setor privado. Enfatiza que os programas “amplos” como o de saúde pública e educação são deveres do Estado e devem ser efetivados através de políticas públicas. Porém

quando as questões são mais “específicas” como, por exemplo, na realização de projetos sociais que trabalhem com idosos, crianças, educação complementar, há a possibilidade de o Estado possuir maiores dificuldades por ser mais “pesado” e mais burocrático, sendo que a parceria com ONGs e o setor privado pode otimizar os resultados das ações. Considera que o voluntariado é necessário e “bem-vindo” assim como as ações sociais realizadas pelo setor privado, enfatizando que essas ações precisam caminhar em conjunto com responsabilidades públicas.

Durante a entrevista, identifiquei-me com algumas visões sobre o tema, por exemplo, quando o entrevistado afirma que a melhor atuação no social irá depender do foco da ação (se mais ampla ou mais específica). Analisando esta entrevista, considero que o debate atual a respeito da temática é heterogêneo e abrange diversas possibilidades de atuações no social, e não somente a discussão bipolar (entre setor público e privado), visto que os papéis do empresariado, do voluntariado, das ONGs, dos movimentos sociais se apresentam com significativa importância no contexto brasileiro de ações sociais.

O entrevistado reconhece que mesmo que todas as corporações do Brasil investissem 10% dos seus lucros na área social não seriam suficientes para resolver os inúmeros e históricos problemas sociais, dada a própria lógica de nosso sistema capitalista. Após estas duas experiências pude me aproximar melhor das questões para entender de maneira mais ampliada o tema da Responsabilidade Social.

Entrevistas com funcionários de FURNAS

As entrevistas foram feitas individualmente com “informantes chave”. Neste caso foi preciso entrevistar pessoas que pertenciam ao tema estudado, possuíam conhecimentos específicos e fazem parte do assunto pesquisado. Foram entrevistados 9 (nove) voluntários, colaboradores e profissionais envolvidos com a Responsabilidade Social da empresa e com a instituição Comitê FURNAS da Ação da Cidadania Escritório Central.

Gostaria de comentar sobre alguns aspectos que fizeram parte do processo de realização das entrevistas. Tais aspectos podem ser indicados como os mais expressivos

em relação à dimensão sujeito/objeto e, como tal, apontam as contribuições e os limites que cada recurso usado ofereceu em termos de informação de pesquisa.

Inicialmente, entrei em contato por telefone com os entrevistados e marquei dia e hora das entrevistas. Em relação ao processo de marcação de entrevistas, de maneira geral, as pessoas concordaram com a realização das mesmas, sendo que alguns horários e dias foram desmarcados. Essa ausência de rigidez ou da capacidade de assegurar resultados previamente planejados trouxe frustração, mas contribuiu para re-significar a expectativa do que seria o trabalho de campo.

Considero esta etapa da entrevista fundamental para perceber o grau de interesse do entrevistado e sua disponibilidade. Percebi que algumas pessoas estavam interessadas e dispostas, mas com falta de tempo. Outras, porém, foram menos solícitas, não concordando com a realização da entrevista, se dispondo somente a entregar-me um resumo sobre o tema. Creio que estes fatores foram desencadeados por falhas nas abordagens com os entrevistados, já que apesar de esclarecer sobre o objetivo da entrevista, talvez o entrevistado possa ter considerado que sua participação fosse pequena ou irrelevante, seja porque não possui o devido conhecimento sobre o tema, seja porque não demonstrei a devida importância de sua contribuição.

Pude observar que algumas pessoas se sentiram envergonhadas, receosas diante do gravador. Referente a esta observação, ressalto que durante a realização de entrevistas com pessoas mais “íntimas”, que fazem parte do mesmo ambiente de trabalho, apesar do “clima” estar mais descontraído, relaxado, a tensão da gravação também estava presente e interferiu no andamento da conversa.

O fato de fazer entrevistas com pessoas mais “íntimas” me fez sentir mais segura nas perguntas, mais desembaraçada. Por outro lado, fiquei insegura em outras entrevistas, principalmente nas duas primeiras, talvez porque precisei utilizar mais “formalidades” com os dois primeiros entrevistados, além de se tratar do início de minha experiência como entrevistadora. Nestas experiências iniciais me senti insegura em relação à minha abordagem (se estava oferecendo o devido espaço e confiança para o entrevistado se expressar), se estava guiando a entrevista de maneira a aprofundar meu tema pesquisado, deixando fluir a conversa sem perder a linha de investigação, enfim creio que esta insegurança deriva da falta de experiência em realização de entrevistas.

A primeira pessoa entrevistada demonstrou familiaridade com o tema, assim como certa segurança em relação à gravação.

Porém, outro (a) entrevistado (a) apesar de se mostrar bastante solícito e disponível não se sentiu à vontade diante do gravador, sendo que a entrevista foi bastante curta. Ao término desta, o mesmo comentou que gostaria de ter lido as perguntas antes, para se preparar e mostrou-se receptivo para o caso de uma segunda entrevista. Inclusive mais algumas pessoas, já ao telefone solicitaram as perguntas via e-mail para estudar melhor o tema, e se possível já responder as perguntas. Considero que a naturalidade de uma conversa fica comprometida se a entrevista for “ensaiada” e se o entrevistado “se prepara” intelectualmente, pois poderá possivelmente não expressar suas verdadeiras opiniões. O debate verbal, o “olho no olho” é essencial para uma entrevista, já que do contrário, a entrevista torna-se um “estudo escrito”, sem a devida espontaneidade das idéias.

É relevante destacar outro acontecimento referente à realização das entrevistas. Um dos entrevistados (assim como com alguns outros) estava com sua agenda lotada, mas se mostrou disponível e marcou um dia e horário. Na hora da entrevista, o entrevistado se desculpou e explicou que apesar de lecionar no Curso de Cuidador Social oferecido pelo Comitê FURNAS da Ação da Cidadania, não possui a vivência do trabalho em empresa, portanto considerou que não iria contribuir para meu trabalho. Sugeri um “bate-papo” a respeito das atualidades que envolvem o tema da Responsabilidade Social, sem gravação, mas mesmo assim o entrevistado negou. Considero que estes “imprevistos” fazem parte deste processo, que exige do entrevistador uma condução das situações, sempre mantendo a postura ética de respeito ao entrevistado, sabendo que este não possui obrigação de contribuir para meu estudo, respeitando seus horários e avaliações. Neste caso, considero que o entrevistado manteve uma postura ética, pois me explicou pessoalmente, dentro do horário marcado para a entrevista, que em sua avaliação não contribuiria para o debate sobre Responsabilidade Social.

Sabe-se que em toda pesquisa, estudo não é possível ser neutro. Segundo Cardoso (1988), as interpretações na pesquisa qualitativa não estão isoladas das condições em que o entrevistador e o entrevistado se encontram. A subjetividade jamais deve ser abolida, reconhecendo que os discursos não devem ser analisados como exteriores aos atores que os produziram. Portanto, considero que nesta relação as visões de mundo, as sensações, as concepções do entrevistador e do entrevistado são elementos de análise importantes, que ajudam o entrevistador a se familiarizar com o tema, permitindo uma análise que fuja do etnocentrismo e das visões únicas e/ou bipolares.

Sendo assim, conclui-se que a entrevista é um método interessante e enriquecedor, pois permite uma interação espontânea entre entrevistado e entrevistador na qual a subjetividade vai além da informação pura.

Nesta parte do trabalho irei comentar as entrevistas em si, as opiniões dos entrevistados. Realizei algumas perguntas para saber sobre suas visões acerca da Responsabilidade Social Empresarial, sobre as ações que são realizadas atualmente pelas empresas, enfim, procurei pesquisar e estudar ao máximo a fala de cada pessoa a fim de perceber como a questão da Responsabilidade Social Empresarial é vivida e pensada por tais sujeitos. Para preservar a idoneidade e identidade dos entrevistados, foram utilizadas siglas aleatórias, sem citar nomes.

O entrevistado G.P. considera a Responsabilidade Social Empresarial uma ação em conjunto que envolve a empresa em todos os seus níveis hierárquicos, assim todos devem estar envolvidos, sensibilizados. Na sua visão é preciso entender a gestão da Responsabilidade Social como uma ação ampla, uma prestação de conta dos recursos (no caso de Furnas o recurso é público). O entrevistado cita a publicação do balanço social um instrumento para tornar públicas as ações da empresa. Diz ainda que FURNAS publica seu balanço desde 1998. Considera que a empresa vem evoluindo nas ações, mas precisa se atualizar cada vez mais, (devido às normas nacionais e internacionais) para que o conceito de Responsabilidade Social seja disseminado dentro da empresa da melhor maneira possível.

Na fala deste entrevistado é possível perceber as tendências modernizantes (já citadas e analisadas) de modificar o foco das ações de Responsabilidade Social Empresarial:

“(...)Responsabilidade Social Empresarial é uma ação em conjunto que envolve a empresa em todos os seus níveis hierárquicos, assim todos devem estar envolvidos, sensibilizados”. (G.P.)

Neste sentido a Responsabilidade Social Empresarial não é composta apenas por ações isoladas e paliativas, mas sim trata-se de uma “missão” uma “concepção” da empresa de maneira ampla, internalizada.

G.P. considera as ações realizadas pelas empresas ainda muito assistencialistas, porém enfatiza que no Brasil, o assistencialismo ainda é muito necessário. Enfatiza que o país busca a auto sustentabilidade, mas faltam recursos básicos para a capacitação da população.

Esta fala considero interessante, porque demonstra a visão do entrevistado em relação à aplicabilidade do conceito de Responsabilidade Social Empresarial, considerando que as ações ainda giram em torno do assistencialismo porque este é necessário no contexto do país.

Ressalta que muitas pessoas e empresas consideram o assistencialismo como única necessidade, e explica que a empresa busca evoluir nas ajudas assistencialistas. Cita exemplos na empresa, onde são realizadas campanhas e feiras na busca pelo cooperativismo. Na sua visão FURNAS realiza diversas ações que vão desde encontros fomentadores de articulações e parcerias em rede entre comunidades até seminários e fóruns que oferecem oportunidades de protagonismo da população. Diz que estas ações são sociais, onde os funcionários dispõem de tempo para ajudar as pessoas menos favorecidas.

Percebe-se nesta fala do entrevistado G.P. o reconhecimento de que empresas ainda não buscam aplicar a concepção de Responsabilidade em suas ações atuando somente no foco assistencialista. Sendo assim, entende que FURNAS realiza seu papel, porque busca promover palestras, encontros, parcerias que vão além da mera “ajuda caritativa” às instituições. É interessante observar em seu discurso o protagonismo dos funcionários. Na sua visão os funcionários desempenham uma importante função de articular ações e de “disponibilizar o tempo para ajudar pessoas menos favorecidas”. Considero que neste discurso, o voluntário é enfatizado e enaltecido como agente capaz de “fazer o bem para os menos favorecidos”.

Considera que no Brasil a questão social está cada vez mais intensa. Cita que a mídia noticia muita criminalidade e o acesso precário das crianças na escola. Considera que ser cidadão é ser humano:

“(...) Ser cidadão é ajudar pessoas, com afeto, carinho, atenção e respeito a todos, desde o faxineiro até o gerente”.(G.P.)

Para o entrevistado, o social sempre esteve muito latente na empresa e considera FURNAS muito preocupada com a sociedade:

“(...) Desde sua formação como empresa geradora de energia, FURNAS sempre atuou nas regiões próximas as barragens. A empresa cada vez mais se estrutura em relação à atuação no social (...)

Betinho foi o mobilizador para a atuação empresarial voltada para as comunidades dentro da empresa, através do Comitê de Ação da Cidadania, através da Responsabilidade Social de Furnas. Antes desta mobilização nacional não havia uma atuação empresarial voltada para as comunidades. O setor de responsabilidade social está crescendo, a equipe profissional, as demandas e beneficiários vem crescendo”.(G.P.)

G.P. contextualiza a criação do Comitê da Ação da Cidadania, citando que foram criados na virada de 1992 e 1993 no período da Campanha da mobilização do Betinho. Segundo o entrevistado a empresa propiciou a abertura deles.

Considera que há uma “confusão” no que se refere à imagem dos Comitês pelo fato de existir na empresa um setor de gestão e ações de Responsabilidade Social. Neste sentido explica que o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. “caminha sozinho”, ou seja, o apoio oferecido pela empresa é indireto, através de materiais e recursos. Enfatiza também que os funcionários/voluntários são os que sustentam as ações do Comitê.

Para G.P. a área de Responsabilidade Social da empresa “deve” muito ao Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C., pois acredita que desde o momento da criação deste, a empresa passou a sentir a necessidade de ajudar as instituições. Segundo o entrevistado somente a cúpula da empresa reconhece o trabalho do Comitê. Enfatiza que às vezes é difícil demonstrar o trabalho do Comitê para o público interno da empresa (e uma prova desta dificuldade se materializa no pequeno número de contribuições atuais). Esta dificuldade de divulgação é vista por G.P. devido às mudanças ocorridas nos últimos anos, com grande mudança no quadro de pessoal, aposentadorias, além do fator da diminuição do poder aquisitivo dos funcionários. O entrevistado propõe um encontro com o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. com os Comitês das áreas regionais e de outras instituições para propor novas ações e alternativas.

O entrevistado considera o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. um pilar para as comunidades atendidas. Segundo G.P. o curso de Cuidador tem uma extensão muito grande, atende a diversas pessoas proporcionando um diferencial no mercado de trabalho, gerando uma gratificação que “não tem preço”. O entrevistado considera que os alunos do curso são muito gratos ao Comitê, percebe que essas pessoas

enxergam o Comitê com “muito bons olhos”. G.P. ressaltou que o Comitê atualmente atende a mais de 1.500 pessoas com seus projetos e ações.

No discurso do entrevistado é possível encontrar “traços” encontrados em discursos de outras pessoas da área de Responsabilidade Social Empresarial, como por exemplo a necessidade de demonstrar números (no caso, quantas pessoas atendidas) e de considerar as ações suficientes e inovadoras.

O entrevistado considera uma empresa socialmente responsável àquela que oferece tanto para o público interno como para o externo condições razoáveis de benefícios, respeito, e isso não se refere somente á salários, mas sim à oportunidades de crescimento profissional do funcionário com ética profissional, respeitando o funcionário. Percebe-se nesta fala, o conceito de ética nos negócios e compromisso socialmente responsável das empresas. Esta idéia forma o atual ideário (ethos) de responsabilidade sócio-ambiental (responsabilidade com o meio-ambiente, fornecedores, consumidores, acionistas, funcionários e sociedade). Neste sentido, G.P. percebe um diagnóstico das necessidades a serem atendidas pelas empresas no âmbito externo:

“(...) Externamente, significa ajudar pessoas que necessitam de um olhar mais sensível, oriundas de baixa renda com pouca formação, onde as mulheres são provedoras e mantenedoras da família, onde a gravidez precoce é uma realidade nessas comunidades, que precisam ser atendidas e precisam de oportunidades”.(G.P.)

G.P. conclui que atualmente o empresário vem evoluindo, mudando sua visão em relação aos problemas sociais:

“(...) Até pouco tempo atrás não havia essa preocupação com o social, mas atualmente tem apoio da mídia. Não estamos “engatinhando” mas “aprendendo a andar”, porque tem muitos empresários que não são sensíveis à causa, mas muitos estão, haja vista o número de congressos, workshops que estamos assistindo, e empresas renomadas estão no meio. A gestão de responsabilidade social envolve muito mais do que “ajudar o pobre coitadinho” tem muita coisa aí dentro, como os indicadores que tentamos mostrar e responder e nos espalhamos nas empresas de

Benchmarking. Não considero uma moda, e não há como nadar contra a maré. Acho que as empresas estão começando a enxergar isso, principalmente pelo momento em que nos encontramos em nível governamental que podemos dizer sem nenhuma intervenção partidária, mas sem dúvida um momento de muita propensão para área social, isso a gente vem sentido na pele, e a gente vem visto nos noticiários o que vem acontecendo nos programas e projetos sociais. É um momento de alerta e de atuação nas comunidades”. G.P.

C.B. considera Responsabilidade Social Empresarial um comportamento que a empresa deve ter, ou seja, olhar o lado “humanitário” das pessoas que trabalham nela e possibilitar oportunidades para as pessoas de fora. Considera que as empresas realizam ajuda na área da educação, geração de renda e no caso específico de FURNAS contratando pessoas portadoras de deficiência.

O entrevistado considera cidadão uma pessoa plena em seus direitos e deveres. Considera FURNAS uma empresa responsável, já que tem uma Superintendência voltada para as ações de Responsabilidade Social, e também o Comitê da Ação da Cidadania que é a demonstração clara que FURNAS é uma empresa que tem essa preocupação com o social.

Segundo C.B. para que uma empresa seja considerada socialmente responsável é preciso que a mesma tenha uma visão do entorno, uma visão do interno e cumprir seu papel de pagar os impostos, oferecendo salários dignos, preparando profissionais. Esta idéia é compartilhada por G.P. que também considera que uma empresa responsável é aquela que se preocupa com o público interno e externo, sempre capacitando os funcionários e realizando ações na área social.

(...) Acho que o Comitê abriu muitas portas, é um braço social de FURNAS, até mais do que os próprios órgãos de FURNAS que tratam da Responsabilidade Social”. C.B.

É interessante analisar sua visão sobre o papel do empresário nas ações de Responsabilidade Social Empresarial:

(...) “As atitudes, visões dos empresários estão mudando, antigamente era muito usado o marketing social, mas hoje em dia há uma mudança de comportamento, por conveniência ou não as empresas que não se adequarem à nova era não crescerão no mercado, pois as pessoas querem ser clientes de empresas com essa visão do social para um mundo melhor”.C.B.

O entrevistado aponta um fator importante nesta discussão: o interesse de retorno do investimento no social por parte do empresariado. Atualmente a cultura da Responsabilidade Social deve fazer parte de toda empresa, principalmente mostrar para os clientes, consumidores, meio –ambiente, que está preocupada com os problemas mundiais e nacionais. A competição, o diferencial dos produtos no mercado dá-se através desta “qualidade”: a ética e a Responsabilidade nos negócios.

Roger Agnelli, presidente da Vale do Rio Doce, ilustra essa concepção:

“(...) Você imagina se em algum momento a gente não respeitar o meio ambiente e sair essa notícia publicada nos jornais do mundo inteiro. As ações caem, pode-se ter um bloqueio comercial, as pessoas vão dizer para não comprar minério da empresa porque ela não é correta. É questão estratégica: se eu não for responsável, eu vou destruir meu negócio. Mais cedo ou mais tarde, como já disse, vou pagar essa conta”. (Agnelli em entrevista ao caderno Razão Social do Jornal O Globo)

T.M. Entende que a Responsabilidade Social Empresarial tem um fim, mas não acredita na Responsabilidade de FURNAS, acredita que esta serve somente para conseguir selos. Segundo o entrevistado:

(...) “ As ações sociais realizadas pelas empresas tem importância, tem impacto na natureza, mas é tudo feito por interesses, não são ações “feitas de coração” para melhorias, mas para interesses”. T.M.

Na sua visão o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. não representa nada para a empresa. Segundo T.M. o Comitê FURNAS representa muito pouco para as instituições e comunidades atendidas, representa somente uma “ajuda esporádica”. Mas por outro lado, considera que para os alunos do curso de cuidador social, o Comitê tem importância porque representa uma chance de atualização e de inserção no mercado de trabalho.

Sobre as ações de Responsabilidade Social Empresarial o entrevistado considera que:

(...) “Os empresários utilizam as ações para o marketing social, puro marketing: “dou com uma mão e tiro com a outra”. T.M.

Para T.M. ser cidadão é fazer algo para o próximo, para o país. É reivindicar, saber se impor, saber seus direitos e deveres, buscar soluções.

Considera que o voluntariado é super importante, porém mostra outro lado da ação voluntária:

(...) “Acho que o projeto “amigos da escola” é um absurdo, pois tem que ter profissionais pagos pra fazer esse trabalho. É legal para o ego da pessoa, para a sociedade é um refugio, uma forma de tapar o buraco. Dentro de FURNAS ser voluntário é um status. E hoje em dia ser voluntário conta no currículo (é um critério de seleção para emprego)”. T.M.

AS. partilha da mesma idéia de T.M. quando diz que o conceito de Responsabilidade Social Empresarial envolve ações incluídas de interesses, em forma de marketing com objetivos de descontos e isenções de impostos. Considera que os cidadãos são beneficiados mas até certo ponto. Segundo AS. a sociedade civil “não cobra” seus direitos porque não tem consciência e informação.

Na sua opinião uma empresa socialmente responsável àquela que está atenta à comunidade: tanto aos funcionários como ao público externo, e que desenvolva meios de melhorar a vida da população.

Na sua visão, FURNAS não integra o Comitê, ou seja, as ações são “desligadas”. Já em relação à importância do Comitê para a comunidade, ressalta que o Curso de Cuidador, promovido pelo Comitê é um dos únicos gratuitos. Ressaltou também a importância das doações para as comunidades.

AS. citou ainda a falta de consciência da população em relação à pobreza do país. Neste sentido, relata que as pessoas não têm a consciência de que a violência é um problema social e não de caráter. Enfatiza que os empresários têm essa visão, de que os problemas sociais não advêm da desigualdade, e sim da falta de caráter. Diz que no momento os empresários realizam ações socialmente responsáveis porque eles lucram com essa visibilidade, ou seja são atitudes hipócritas, que realmente não possuem um verdadeiro sentido de melhorar o país.

Segundo AS.:

“(...) Cidadão é aquele que consegue exercer seus direitos. No nosso país é muito difícil ser cidadão, porque as pessoas não têm segurança de exercer a cidadania. Não se tem a segurança de levar um menino de rua para um abrigo, não tem a certeza de que se você for assaltado, dar queixa na polícia o caso será resolvido, você para receber uma bolsa família precisa freqüentar uma Igreja. Essa cidadania é de poucos, quase não existe”.AS.

Na sua opinião FURNAS é uma empresa que tenta incluir. Porém se questiona ao pensar se a empresa apenas cumpre as obrigações legais, ou se realiza essas ações de maneira espontânea.

Para o entrevistado o voluntariado não é bom para o país, é bonito ajudar, mas retira postos de trabalho.

Assim como outros entrevistados, T.M.M. conceitua Responsabilidade Social Empresarial como um conjunto de ações sociais responsáveis que uma instituição ou empresa desenvolve em prol da sociedade. Entende que as características dessas ações caminham no sentido do impacto externo. Na sua opinião as empresas não caracterizam os objetivos dessas ações. Neste contexto, as empresas respondem a demandas sociais amplas, mas não conseguem discernir suas responsabilidades neste processo:

(...) “ As empresas criam critérios excludentes para os patrocínios, como por exemplo o caso da Responsabilidade Social voltada para o idoso. Para as empresas a questão do idoso não é importante, tanto é que grande parte dos projetos e ações de Responsabilidade Social do setor estatal brasileiro, são voltados para as crianças e jovens, discriminando a questão social do idoso”. T.M.M

Considera que uma empresa responsável é aquela que é responsável internamente. Diz que os empregados se sentem insatisfeitos e alijados da empresa:

(...) A empresa exige um empregado multifuncional, e tem seu olhar para o público externo, achando que Responsabilidade Social é somente patrocinar projetos. O terceiro setor quando se desenvolve e desencadeia um processo maior de responsabilidade social em cima dos problemas sociais, utiliza uma grande demanda da empresa, onde as empresas querem ser responsáveis para que o consumo aumente e para explicar para a sociedade esta participação". T.M.M.

T.M.M compartilha da mesma opinião de C.B. quando enfatiza que o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. tem um papel social no terceiro setor maior do que a própria empresa. Na sua visão o Comitê tem um comprometimento maior, com ações muito mais conscientes, do que alguns projetos de setores de Responsabilidade Social Empresarial. Ressalta que até em sua própria "forma" em sua estrutura, existem ações e políticas includentes. Reafirma que nas empresas encontram-se muitos projetos voltados para únicos grupos. Para T.M.M no Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. é mais fácil ter uma leitura social dos projetos, já que o grande número de patrocínios das empresas, fazem com que sejam lançados critérios de avaliação incipientes, baseados em gráficos, mormatizando para ajudar a exclusão presente nas políticas de Responsabilidade Social Empresarial.

(...) " O público atendido responde melhor quando a ação é clara, que é o caso do Comitê. Os projetos tem que ter as características da comunidade e não da instituição". T.M.M.

Segundo T.M.M a empresa não reconhece a importância do Comitê FURNAS da Ação da Cidadania E.C. O entrevistado expõe seu ponto de vista sobre a postura do empresariado em relação aos problemas sociais:

(...) "Os problemas sociais são as alavancas de interesse do setor estatal brasileiro, já que o Estado se des-responsabilizou das suas responsabilidades, uniu-se ao terceiro setor para que ele realizasse. Então a imagem não é boa, como

se não soubesse lidar com os problemas, não se tem uma consistência, só absorve o que é interesse. Acho que a meta da empresa é “ajudar para garantir” (ajudar para garantir a imagem da empresa, a visibilidade do consumo, não considero que as ações são feitas de maneira responsável, mas porque irão beneficiar a imagem da empresa)”. T.M.M.

No que se refere à concepção de cidadania, o entrevistado pensa que nosso povo “não sabe ser cidadão” e que nossa cidadania é emergente. T.M.M. relata que nossa cidadania só surge quando um problema social tem uma repercussão muito grande. Sendo assim a cidadania não tem uma constância, ela não é garantida. Para o entrevistado, nossa cidadania não garante uma memória. Na sua visão, para ser cidadão em nosso país é preciso saber “mentir” e ser esperto. Acha que cidadania não é garantir somente os direitos, mas é garantir a existência. Acha que a empresa socialmente responsável é aquela que respeita seus empregados:

(...) “Não acho que FURNAS é uma empresa cidadã. A empresa tem uma história de filantropia, desde 1957 a empresa já praticava uma responsabilidade social dita, porque interessava tirar as populações das áreas que iriam ser inundadas, mas era uma relação filantrópica. Acha que filantropia não é cidadania, e que a filantropia gera uma inércia e um clientelismo. E uma empresa socialmente responsável deve mantê-lo como um cidadão, e não apenas dando esmola”. T.M.M

Na opinião do entrevistado a empresa deve alimentar o voluntariado. Disse que os voluntários do Comitê ajudam porque são verdadeiros:

(...) “ O verdadeiro voluntário é aquele permanente, onde tiver verdade, tem voluntariado permanente, do contrário são os voluntários “cometas” que depois desaparecem. O voluntário tem que ter vontade de ajudar, e a empresa precisa dar suporte a estas ações”. T.M.M.

S.M. considera que toda empresa deve ter sua Responsabilidade Social principalmente em relação à comunidade do entorno. Entende que Responsabilidade

Social é um dever da empresa, independente de seu porte. Enfatiza que o governo não resolve todos os problemas, e se a empresa tem uma atividade econômica em determinado local, ela tem esse dever de ajudar, já que a comunidade é também consumidora.

Na sua visão, as ações sociais das empresas são voltadas bastante para a geração de trabalho e renda, ou seja, ensinar a pescar e não dar o peixe. Percebe-se aí, um outro ponto de vista das ações sociais realizada pelas empresas. Já vimos em outras falas a opinião de que as ações das empresas ainda caminham muito no sentido assistencialista.

Segundo S.M. a empresa tem que comprovar que seu trabalho é sério, voltado para a comunidade, que capacita, e não aquelas que realizam ações de “marketing social”. É preciso saber se a empresa está investindo seriamente no social, ou só fazendo marketing para ganhar selos, certificados e não gerar frutos.

Considera que o Comitê FURNAS da Ação da Cidadania desenvolve um papel importante, na medida em que propicia oportunidades para as comunidades mais carentes.

Em relação ao posicionamento do empresariado com os problemas sociais, S.M. afirma que:

(...) “ Nem todos os empresários estão sensibilizados com a Responsabilidade Social, alguns acham que é dever do governo prover todas as responsabilidades (direitos sociais), mas acho que o governo não tem essa competência e nunca vai ter, então os empresários devem fazer sua parte, já que eles próprios podem ser atingidos, para o bem do negócio deles”. S.M.

Considera que ser cidadão é ter seus direitos assegurados e deveres, ter acesso a uma qualidade de vida, ter seus documentos, ser respeitado de acordo com a Constituição Federal.

Na opinião de S.M. FURNAS é uma empresa cidadã. Enfatiza que a Responsabilidade Social é muito nova, é um aprendizado, mas que FURNAS pode melhorar, está num patamar bom. Cita algumas ações que FURNAS realiza que considera ser de Responsabilidade Social: doações de bens (automóveis para prefeituras, hospitais) apoio a reformas e construções de escolas, pontes, projetos sociais, são ações que formam uma rede. S.M. relatou que em FURNAS os próprios

funcionários propõem projetos e atuam como voluntários e executores, além de apoiar entidades. Ainda sobre o voluntariado dentro da empresa:

(...) “ Acho que o trabalho voluntário é muito legal e apesar de trabalhar na área de responsabilidade social da empresa, me dedico muito pouco ao trabalho voluntário. alguns colegas têm algumas resistências ao trabalho voluntário, achando que estão “trabalhando de graça” para a empresa. Acho que o trabalho voluntário tem que ser separado do seu trabalho dentro da empresa”. S.M.

T.A entende a Responsabilidade Social como uma atitude extremamente importante:

(...) “ Começou-se a falar e a agir com muita perda de tempo, demorou para as pessoas começarem a perceber o grave problema social do país e do mundo; mas acho que hoje em dia tanto a população como os governantes estão com uma consciência maior, tantos os governantes como os empresários. Acho que hoje há um grande numero de pessoas envolvidas neste processo. Sempre lamentei essa perda de tempo, mas acho que nunca é tarde”. T.A

Na opinião do entrevistado nas empresas publicas, há um interesse de agir, principalmente nas comunidades muito carentes. Neste sentido o foco das ações é nas áreas muito carentes, mas as zonas norte e oeste são bastante carentes e não recebem a atenção devida. Acha que as empresas podiam expandir suas ações.

T.A afirma que em algumas empresas os dirigentes não possuem uma visão responsável, apesar de ter um bom número de funcionários fazendo um bom trabalho, mas a diretoria não apóia devidamente as pessoas envolvidas neste processo.

(...) “ Eu amo muito a empresa. Quando entrei em FURNAS, a empresa foi um paraíso na minha vida. Podia contar com a cooperativa para pegar empréstimos. Antigamente FURNAS era empresa responsável mas sem esse nome, pois a empresa se

preocupava com os funcionários;havia aulas de português, de etiqueta, e isso era um passo inicial. FURNAS é um exemplo de empresa. FURNAS já vem com esse trabalho há muitos anos”. T.A

T.A se posicionou contra a política de favores e de doações. Para o entrevistado é preciso que hajam ajudas no sentido de oferecer oportunidades para gerar renda para a população:

(...) “ Eu não dou esmola na rua, mas ajudo instituições que ajudam realmente. É preciso ajudar, proporcionando cursos diversos para as comunidade. Acho que o governo precisa fazer projetos, programas, ter cuidado para que não haja corrupção. A pessoa não se sente bem em ganhar, e sim em conseguir. A sociedade, o governo em todas as esferas devem agir em conjunto. Atualmente está havendo uma evolução no sentido de programar, executar e cobrar. Acho que as pessoas estão mais conscientes, se cobrando mais entre si”. T.A

O entrevistado considera que FURNAS é uma empresa que sempre foi responsável, pois sempre buscou o bem-estar de seus empregados, e atualmente vem realizando muitas ações. Enfatiza também o papel do Comitê FURNAS:

(...) “Acho que a importância do Comitê para a comunidade é primordial. Acho que o trabalho do Comitê é motivo de orgulho para a “família FURNAS”. Sou aposentada apenas no papel porque amo muito a empresa. FURNAS “corre na minha veia”. O Comitê FURNAS é motivo de orgulho e exemplo. Seria uma glória para o Brasil se as empresas tivessem a oportunidade de ter um Comitê que FURNAS tem, porque o Comitê executa o trabalho com muita ética e moral. É uma pena que seja pouco divulgado. Acho que a empresa poderia apoiar mais o Comitê. Aqui dentro da empresa os cargos não são de carreira, tem cargos políticos. Mas as pessoas que são de carreira, valorizam o trabalho do Comitê. Existem outros que não se envolvem, não se preocupam com o Comitê. Aí é que se forma um “elo perdido”. Sei também que por outro lado, as pessoas que estão a frente do Comitê estão envolvidas no trabalho. O que falta é

uma divulgação maior da grandiosidade do trabalho que é realizado no Comitê. Não há um certo reconhecimento, mas gradativamente vamos pegando espaços para mostrar o que é feito. O Comitê faz um bem incalculável para a comunidade. Um exemplo é o trabalho do cuidador social, é divino, maravilhoso “. T.A

Em relação à forma como os empresários lidam com os problemas sociais, o entrevistado disse que atualmente eles estão “olhando” mais para os problemas sociais, devido o aumento da violência. Neste sentido entende que a grande maioria dos empresários está reocupada porque a violência está atingindo os ricos:

(...) “Há uma dificuldade muito grande de se colocar no lugar dos outros, e as pessoas ignoram o fato de que podem fazer alguma coisa para ajudar o país, o mundo. A violência atinge o mundo, e hoje as pessoas estão começando a se preocupar, para tentar amenizar a violência, essa “explosão social”. T.A

Na opinião de T.A o Brasil está precisando de um trabalho de Responsabilidade. Disse que a parte moral e ética esta muito precária, as pessoas não são punidas. No seu entendimento as pessoas não se preocupam em passar os valores para as gerações. Disse que no seu tempo as palavras bastavam e hoje as pessoas assinam e não cumprem. Sendo assim, considera que as pessoas precisam respeitar mais uns aos outros, ter consciência dos seus deveres.

O entrevistado afirmou que é preciso orientar e educar mais os jovens, assim como valorizar o trabalho dos professores, já que estes são mal remunerados e trabalham em situações precárias.

(...) “Acho que a Responsabilidade Social envolve uma gama muito grande de atitudes da sociedade, das empresas, da mídia, dos governantes (...) é olhar todas as áreas da cidade, não somente as áreas que possuem favelas, mas o subúrbio também. O ser humano precisa ter uma ocupação, para se sentir útil (...) Sou uma resposta de um trabalho de Responsabilidade Social, porque a empresa me apoiou. Sempre quero olhar as pessoas nos olhos, ser honesta. Quando você investe e apóia você consegue ajudar a pessoa. Quando se sabe conduzir um trabalho social, ele gera muitos frutos”. TA

Sobre o trabalho voluntário em nossa sociedade TA o considera gratificante e digno de respeito e reconhecimento:

(...) “O melhor benefício é seu, porque você se sente bem fazendo o trabalho voluntário. No comitê o trabalho voluntário é muito importante, porque são os voluntários que propagam o trabalho. Acho que às vezes falta um trabalho de “chamamento” de convidar ao trabalho voluntário, principalmente no Comitê. O importante é a qualidade dos voluntários, não a quantidade”. TA

A.P entende que a empresa que tem Responsabilidade Social se preocupa não só com o aspecto econômico, mas também com o ecológico e com o social. Neste sentido, significa ter ações eticamente responsáveis.

Na sua opinião as ações sociais das empresas são geralmente assistencialistas, poucas instrumentalizam, para que as pessoas se desenvolvam. Por outro lado, AP. citou Betinho, quando dizia que: quem tem fome, tem pressa. Ou seja, disse que essas ações ainda são necessárias.

O entrevistado considera que a empresa socialmente responsável é aquela que é auto-sustentável. Citou FURNAS uma empresa sustentável porque visa amenizar os impactos, preservar o meio-ambiente, melhorar a vida da população. Diz que as empresas fazem isso porque percebem que ser uma empresa socialmente responsável é um diferencial no mercado, e também pelas exigências legais, concorrências. Neste contexto, AP. enxerga que o Comitê FURNAS desempenha um papel importante, ajudando a empresa cumprir esse papel de ser responsável. Para o entrevistado o Comitê tem um grande significado para a comunidade, porque desenvolve projetos assistencialistas (imediatas) e também projetos como o cuidador social que oferece instrumentalidade para a população. É uma instituição responsável.

(...) “Creio que a maioria dos empresários tem a visão de que os problemas sociais são alheios a

eles, acho que a maioria tem uma visão egoísta. Acho que neste mundo globalizado existem empresários mais éticos, que lidam melhor com essas questões, eles sabem que é importante para a imagem deles, que sejam considerados responsáveis. Por outro lado os empresários que não estão ligados a esta questão, não percebem que sua empresa está dentro de um país, dentro de um contexto. Então assim eles não fazem nada para melhorar a situação do país”. AP.

Na sua visão, entende que a empresa socialmente responsável é aquela que é responsável com todos os setores, com seus empregados, com seus colaboradores, com os acionistas, e que tem uma boa imagem no mercado. Essa boa imagem agrada os acionistas porque traz lucros para a empresa. Além disso, a empresa deve considerar a população, beneficiando a sociedade como um todo, oferecendo cursos, ou seja, essa responsabilidade deve envolver todas as partes.

Em relação ao conceito de cidadão, AP. afirma que ser cidadão não é somente ter carteira de identidade, mas significa ter direitos e deveres e ser responsável pelos seus atos.

Para o entrevistado FURNAS é uma empresa cidadã porque independentemente nas obrigações legais, realiza também ações “fora da obrigação legal”.

Na opinião de AP. o trabalho voluntário é fundamental para que alguns projetos sobrevivam, porque principalmente no Comitê há poucos recursos, e esse trabalho é muito importante. Sendo assim, relata que o voluntariado deveria ter maior apoio de FURNAS. Este estímulo deveria partir das gerências para contagiar os funcionários.

I.C. relatou que a Responsabilidade social acabou virando uma moda, e que essa moda acaba beneficiando as empresas:

(...) “Atualmente é moda fazer responsabilidade social entre os empresários. Sempre foi feito isso, mas agora é uma fatia do mercado, você compra o produto que ajuda instituições, por exemplo. Até FURNAS está divulgando para o público externo suas ações. Acho que há um abuso muito grande do marketing social para aumentar o lucro. Eles descobriram o social como o ”grande barato” mas se passar na peneira, muito poucos são realmente

socialmente responsáveis. As empresas que são realmente comprometidas seguem as normas do IBASE e das oito metas do milênio De certa forma, essa moda trouxe benefícios, como o aumento do voluntariado”. IC.

Segundo o entrevistado a ação social nas empresas está ligada ao meio-ambiente, e aparece nos balanços sociais. Dentro da empresa a Responsabilidade social é vista como o que a empresa faz para fora da empresa, mas na verdade ela é externa mais também interna. Acredita que está longe de ser inserida nesta totalidade (âmbito externo e interno):

(...) “Acho que Responsabilidade social é olhar para o seu entorno, dentro da empresa é dar planos de salários, planos de saúde para os trabalhadores vê-lo como um cidadão. Para mim a Responsabilidade social é relativa a nossa vida particular, em relação à comunidade, e que cada um deve ter, para além de empresa”. IC.

Para IC. em FURNAS sempre existiram projetos sociais, só não existia um setor específico com esse nome, mas ninguém perdeu espaço. Na sua opinião ainda existem os projetos sociais ligados ao bem-estar dos funcionários, assim como projetos externos para compensação social do entorno, dos impactos sociais (estes são denominados ligados à área de Responsabilidade Social) e neste âmbito externo, os empregados são chamados para atuar voluntariamente. Sobre as ações “esporádicas” entende que o assistencialismo ainda é necessário, mas que a tendência atual é a de ensinar a pescar (projetos para o público externo da empresa).

Em sua fala, percebe-se o enaltecimento do trabalho voluntário e a bondade ao próximo. Considera que apesar da grande modernização do país o trabalho voluntário é muito necessário:

(...) “Eu queria que a empresa tivesse a mesma visão que eu sobre o Comitê, porque foi ele com o Betinho que deu o pontapé inicial para a formação da área de Responsabilidade Social da empresa. O Comitê não precisa de marketing social, porque as ações são feitas com amor ao próximo, amor à empresa. A maioria das pessoas da Responsabilidade Social como, por exemplo, a

presidente atual era voluntária do Comitê. Acho que grande parte da visibilidade dos prêmios da empresa (como o curso de cuidador) provém do Comitê. Vejo que o público externo respeita o Comitê, já que ele nunca foi um cabo eleitoral, e gera empregos através do curso de cuidador”I.C.

O entrevistado se posicionou sobre a relação público privado, afirmando que o Estado “se acomoda” pois “tem quem faça por ele”. Neste sentido, explicou que na sua visão a população pensa que FURNAS é uma empresa pública que não realiza ações responsáveis:

(...) “A impunidade continua no nosso país porque o mais fraco continua sem voz ativa, fazendo com que o Estado se acomode. Daí todos esperam que o setor privado faça as ações”. I.C.

(...) “Cidadão é aquele que não compra CD pirata, que não dá propina ao guarda, que ajuda os idosos e os mais necessitados. É ser solidário é ter carinho, amor, respeito, gratidão, é honrar a bandeira e não participar de falcatruas”. I.C.

(...) “Voluntário é aquele que atua por amor, e não por moda. Eu me pergunto sobre a efetiva participação dos voluntários de FURNAS. De uma coisa eu sei: os voluntários do Comitê estão lá porque amam, não buscam reconhecimentos. Não acho que FURNAS valoriza o trabalho do voluntário do Comitê. A nata do voluntariado está no Comitê”. I.C.

Diante de tanta riqueza de informações e opiniões, consegui vislumbrar muitos elementos importantes. Percebi que o discurso da Responsabilidade Social, o conceito de cidadão e de voluntário são permeados pelo viés ético e moral. Muitos entrevistados por participarem de ações voluntárias são engajados nesta “missão de amor ao próximo”. Sabe-se que este pensamento “altruísta” precisa caminhar conjuntamente com políticas públicas de qualidade que ofereçam oportunidades e direitos efetivos à população. Sabe-se ainda que os empresários não realizam ações responsáveis porque são bondosos ou simplesmente amam o próximo. Pude verificar, através de tais experiências que no imaginário de algumas pessoas a imagem do empresário vilão está

presente, e é condenada por não ser “ética” . A questão do marketing também foi bastante ressaltada por alguns entrevistados que consideram que muitos empresários somente “se aproveitam” dos problemas sociais para atraírem uma boa imagem da empresa. Neste sentido, observei sobre a idéia do conceito de Responsabilidade Social, onde a maioria dos entrevistados apresentou o conjunto: responsabilidade com o público interno e externo, realizando ações e programas para os funcionários, assim como oferecendo oportunidades para as populações.

Esta experiência face-a-face com estas pessoas trouxe-me elementos de análise muito além de leituras. Durante as conversas, é possível perceber detalhes, que esclarecem e ao mesmo tempo instigam, para que este tema seja mais estudado, com maior profundidade.

Na parte que se segue deste trabalho, irei expor algumas falas, assim como análises de uma entrevista realizada com um profissional da empresa PETROBRÁS.

Entrevista com profissional da empresa PETROBRÁS

Gostaria de comentar sobre alguns aspectos que fizeram parte deste processo de entrevista. Inicialmente foi difícil encontrar contato com alguma pessoa ligada ao Programa Voluntariado Petrobrás Fome Zero. Enviei um e-mail, sem resposta.

Finalmente quando consegui o contato telefônico de outro funcionário da empresa, este não se mostrou solícito para a entrevista. Depois de algumas semanas obtive resposta de meu e-mail. Então finalmente a pessoa marcou um horário depois do expediente, em um restaurante. Já no e-mail, perguntei se poderia gravar a conversa, e a mesma concordou. Porém “senti” certo desconforto por parte do entrevistado diante do gravador, havia um clima de “investigação”. De minha parte, estava um pouco “desconfortável” no sentido do ambiente do local, que era bastante movimentado e barulhento. Contudo, ao longo da entrevista, a conversa foi se desenvolvendo e foi produtiva, na medida em que me despertou diversos questionamentos e me permitiu conhecer um pouco sobre o trabalho desta empresa. A entrevista teve duração de 23 minutos.

No início da conversa, quando lhe perguntei sobre sua visão a respeito do conceito de Responsabilidade Social Empresarial, a mesma informou que como representante da Petrobrás somente poderia falar com embasamento nos documentos da própria empresa. Considero que tal fato causou um “distanciamento” entre nós (entrevistado e entrevistador), o que me causou insegurança para a realização das outras perguntas.

Quando lhe perguntei sobre o caso do Programa Voluntariado Petrobrás Fome Zero, pedindo que explicasse brevemente os objetivos, público alvo, a mesma também informou que mandará por e-mail o material apresentado em seminários e que está disponível no site da empresa. Porém explicou em linhas gerais sobre o Programa. Disse que o movimento do voluntariado da Petrobrás é anterior ao Programa. Explicou que este programa foi uma iniciativa corporativa, mas os funcionários já faziam trabalhos voluntários: “é da natureza do petroleiro” afirma. Este trecho retirado do site da empresa incorpora o relato de A.P. : (...)A força de trabalho da Petrobrás historicamente, tem forte vocação para o voluntariado. Essa vocação surge junto com a própria história da empresa. Quando os petroleiros chegavam a um novo campo, e ao sentir, por exemplo, a necessidade de contratar mão-de-obra para a execução de um trabalho, formavam novos profissionais dentre a população local. É da troca e da propagação de conhecimento e cultura que surge o voluntário. Até pouco tempo atrás, o voluntariado atuava isoladamente, sem a parceria oficial da empresa. A partir de 2003, através da Ouvidoria Geral, a Petrobrás criou o seu programa de voluntariado e passou a apoiar projetos de trabalho voluntário apresentados por membros de sua força de trabalho, seu voluntariado, que hoje é reconhecido como um importante instrumento de transformação social e de ajuste com a perspectiva de uma empresa socialmente responsável(...).

A.P. relatou que a Petrobrás percebeu as atitudes dos funcionários e criou o programa de voluntariado que está dentro do grande “guarda-chuva” da Responsabilidade Social da empresa. Segundo A .P.:

“O programa da Petrobrás de Responsabilidade Social Empresarial de 2003 a 2006 foi o programa Petrobrás Fome Zero. Neste programa os funcionários tinham que se juntar em grupos de 5 pessoas (aposentados, contratados, funcionários) voluntariamente. Daí saía um líder com papel de coordenador, com autonomia. O objetivo do programa era gerar uma modificação no local e

com proposta que integrasse os três setores. Para isso a Petrobrás chamou o governo, a prefeitura dos locais, pessoas de ONGs, secretarias, e os voluntários fizeram um trabalho de prospecção (diagnostico) feito de maneira macro para atuar de maneira micro, para saber a principal demanda. A partir daí os voluntários precisavam se juntar com uma instituição idônea para atuar. A instituição recebia verba da Petrobrás e o voluntário executava as ações junto a instituição (...)
Depois da investigação, ele fazia um plano de ação, (quem ia fazer o que, orçamento). O programa não tinha um caráter excludente. Se achava o projeto ruim, chamava o coordenador e explicava os motivos, acertava, com o objetivo de ensinar, porque alguns funcionários não tinham embasamento”. A.P.

No site da empresa é possível encontrar algumas considerações sobre o histórico do Programa e suas características: (...) A implantação do Voluntariado Corporativo teve início no final de julho de 2003, com a apresentação, em evento nacional, do modelo de voluntariado adotado pela Petrobrás, onde cada projeto deveria ser apresentado – no mínimo - por cinco voluntários, e estar embasado em Prospecções (pesquisas) realizadas na região de cada projeto. A partir daí, em 20 unidades do Sistema Petrobrás foram realizadas prospecções, abrangendo 66 municípios em 11 estados do país. E, já em outubro de 2003, os grupos de voluntários começaram a analisar os resultados das prospecções, definir quais as demandas a serem atendidas e iniciaram o processo de discussão com as comunidades para elaboração dos Planos de Ação. No início do ano de 2004, teve início a fase de ajustes e alinhamentos daqueles Planos de Ação apresentados, com a aprovação dos primeiros 12 projetos.(...) Desde a implantação do Voluntariado Petrobrás Fome Zero, foram apresentados 77 Planos de Ação, dos quais 34 foram aprovados e 28 já estão em fase de execução.

Na visão de A. P. o programa tinha a qualidade de articular política pública com ações: “A ponte da Responsabilidade Social Empresarial era sempre feita através dos voluntários”. afirma A.P.

O entrevistado informou que o programa terminou porque a Petrobrás está com um novo planejamento. Segundo A P. a empresa está elaborando um novo programa para oferecer mais oportunidades de participação aos funcionários.

Para A.P:

“Percebo que algumas pessoas querem ser voluntárias, mas querem apenas doar esporadicamente. O programa Petrobrás Fome Zero durava 12 meses, exigia uma permanência na ação. O programa não mobilizou muitas pessoas, tinha que ser um voluntário “top de linha”. Mobilizou 2.000 pessoas, neste período. (...) Em relação ao número de outros projetos de outras empresas é um bom número, sendo que o programa era nacional. A Petrobrás é uma empresa mista e esse programa estava integrado com a política do Fome Zero.” A .P.

A.P. classifica o voluntário “top de linha”, aquele que deve ser capaz de dar continuidade às suas ações. No site da empresa, há a seguinte “cobrança” de qualidades dos voluntários: (...) A capacidade de compreender a realidade local, as políticas públicas e as possibilidades de alterá-las exigem das ações do voluntariado alteratividade, como a capacidade de incluir o outro na proposta de alteração de realidade; demanda qualificada como a estruturação de um processo de escuta dos três setores da comunidade (setor público, empresariado e sociedade civil) para a construção de um projeto de transformação e solidariedade operante como a capacidade de sentir o sofrimento e as necessidades e operar no sentido de sua superação.

É possível perceber o chamamento para o voluntariado, enaltecendo tais atores, através deste trecho retirado do site da Petrobrás: (...) No Voluntariado Petrobrás Fome Zero o voluntário é pró-ativo, é soberano: trabalha no seu projeto, um projeto criado por ele próprio, um projeto de bases sólidas, desejado, aprovado e apoiado pela comunidade a que se destina. E que, freqüentemente, também tem a participação de outros parceiros do primeiro, do segundo ou do terceiro setor.(...) Como voluntário, você terá a oportunidade de levar toda a sua experiência e a sua competência para o trabalho social. E aprenderá e crescerá muito com isso.

O entrevistado informou que na Petrobrás existe um Comitê responsável pela parte de “doações”, mas que não tem relação/ligação com o programa de voluntariado da empresa.

Na sua opinião:

“A Responsabilidade Social Empresarial é a tônica do momento, que todas as empresas procuram ter. Muitas empresas vão agir só pelo marketing, mas outras vão agir de acordo, e cabe aos consumidores afinar o olhar para saber julgar essas ações. A

Responsabilidade Social envolve relações trabalhistas, preservação ambiental, ter cota de deficientes, ter negros nas chefias(...). A .P.

A entrevistada disse que no setor da Responsabilidade Social da Petrobrás existem profissionais de diversas áreas. Informou que a área de Responsabilidade Social está dentro da gerência de comunicação da empresa. Durante certo momento da entrevista, uma fala me chamou atenção:

“Desconheço a existência de Assistente Social no setor de Responsabilidade Social (...) Não é relevante que tenha Assistente Social, porque o trabalho não exige encaminhamento, esclarecimento de direitos, não trabalha com LOAS. Sou formada em comunicação e tenho pós em economia, e comecei a entender de gestão, orçamento, comunicação de projetos, de análise de balanços sociais (...) Acho que a Responsabilidade Social é multidisciplinar. Não vejo que a prática do Assistente Social não possa ser aplicável, mas não como a prática tradicional do Assistente Social, mas sim desta maneira de especialização”. A .P.

Freire, em seu estudo sobre o papel e ocupação do Assistente Social neste cenário de mudanças conjunturais das últimas décadas afirma que:

“Na nova tendência da divisão interna do trabalho, portanto, a ocupação dos espaços pelo assistente social não se dá mais por atribuições normatizadas, definidas para a categoria profissional, reunida em um setor, mas pela competência teórico-metodológica, técnica e política, podendo estar presente em diversos setores das instituições. A particularidade da formação profissional abrangente do assistente social e focos centrais de sua trajetória na esfera social habilitam-no para ocupar diversos espaços [...]O movimento em direção à transdisciplinaridade, portanto, impõe a qualificação permanente dos profissionais, assim como a articulação política e habilidade relacional e de comunicação em diferentes direções: verticais, com chefes e usuários, e horizontais, com o diversos profissionais” (Freire, 2006: 251).

Em relação à importância do voluntariado na sociedade civil, considera que na nossa cultura o voluntariado não é ativo, realizando ações somente no campo da doação:

“Eu era voluntária do INCA e atendia as demandas dos pacientes depois que eles passavam pela Assistente Social e não conseguiam os direitos. A justificativa do voluntário era sempre religiosa e pessoal, a motivação não era no sentido de cidadania, de fazer porque é pelo bem da comunidade. Mas também não vejo isso de forma negativa, acho que infelizmente ainda precisamos de doações”. A.P.

Mapeando o site da empresa considero que há um forte apelo dos projetos nas áreas da infância e juventude, capacitação profissional, geração de renda, e uma necessidade de identificar o projeto com a população local, através de nomes que “chamem atenção” para o foco das ações, fato este que pode ser identificado neste trecho do site: (...) Através de um processo de seleção pública, a empresa está escolhendo projetos que estejam adequados às linhas de atuação do Programa, que priorizam a educação e qualificação profissional, geração de emprego e renda, garantia dos direitos da criança e do adolescente, empreendimentos sociais e voluntariado.

Percebi também que há a presença de gráficos, números e indicadores a fim de demonstrar os resultados alcançados, tendência esta já observada durante leituras de materiais sobre Responsabilidade Social, assim como em palestras. Em trecho retirado do site, em que é ensinado passo a passo como realizar um projeto de intervenção aos voluntários, há o seguinte trecho: “(...) Descreva de modo sucinto o projeto, seu histórico, o objetivo geral, as metodologias a serem aplicadas, as atividades previstas, os resultados esperados, o valor do investimento solicitado, a área de abrangência e os atendidos direta e indiretamente. É fundamental destacar NÚMEROS que demonstrem os resultados concretos a serem obtidos com a execução do projeto. Isso ajuda a situar o parceiro-investidor quanto às dimensões e ao potencial transformador do projeto”.

Sobre esta metodologia “on line” da empresa, considero-a bastante deficiente, tanto em sua formulação quanto em seus objetivos, pois a realização de um projeto exige muito mais além de uma “fórmula” ensinada, e requer um profissional apto e capacitado, com olhar crítico e metodológico de intervenção na realidade. A própria representante da Petrobrás afirma implicitamente em sua fala: “Se achava o projeto

ruim, chamava o coordenador e explicava os motivos, acertava, com o objetivo de ensinar, porque alguns funcionários não tinham embasamento”.

Ainda sobre a necessidade de demonstrar em números as ações da empresa (sempre apresentadas como eficientes e inovadoras) no site é possível perceber esta tendência: (...) A companhia estabeleceu um novo marco de atuação na área de Responsabilidade Social ao lançar, em 1º de setembro de 2003, o Programa Petrobrás Fome Zero, comprometendo-se a investir até o final de 2006, R\$ 303 milhões em ações de fortalecimento das políticas públicas e combate à miséria e à fome (...).

6. Considerações finais

Com a realização deste trabalho através de leituras, entrevistas e estudos foi possível perceber a diversidade do tema Responsabilidade Social Empresarial. A tarefa de estudar uma temática recente e cada vez mais crescente me estimulou no sentido de contribuir para o debate. A realização do trabalho de campo me fez re-pensar sobre a relação público/privado, sobre o movimento do ativismo empresarial assim como o papel das ONGs, entre outros elementos de discussão. Considero que a participação em Seminários de Voluntariado, de Responsabilidade Social, a aproximação com o assunto, a oportunidade de conhecer “de perto” uma área tão explorada e utilizada principalmente por grandes empresários, por profissionais de diversas áreas permitiu o desenvolvimento de minhas análises e também trouxe a possibilidade de apontar novas direções e perspectivas.

Foi possível verificar ao término do trabalho que os profissionais ligados a área da Responsabilidade Social ainda possuem a necessidade de conceituar o tema, sempre com o objetivo de caracterizar ações responsáveis como integrantes de políticas abrangentes, ou seja, afastando de idéia de filantropia e caridade. Pude perceber que a campanha de Responsabilidade Social Empresarial é permeada de interesses (assim como todo o “jogo” da sociedade) e gira em torno de valores e conceitos como: respeito ao cidadão/consumidor, apoio e comprometimento com o crescimento social e econômico do país, respeito ao meio-ambiente, ética, transparência nos negócios, desenvolvimento sustentável, responsabilidade com os funcionários e acionistas, entre outros. A tônica do marketing social é presente, e pode ser percebida principalmente pela forma de divulgação das ações das empresas com características “messiânicas” e inovadoras.

É preciso ressaltar que este trabalho não é acabado, e que diante deste estudo há possibilidades de ampliação de algumas temáticas que talvez não tenham sido exploradas suficientemente. Avalio que a questão acerca do papel do Assistente Social, suas possibilidades e limites poderá ser melhor desenvolvido em um trabalho futuro, já que neste trabalho a questão foi abordada de maneira preliminar. Enfatizo que o tema é bastante rico e deve ser alvo de muitos estudos e pesquisas, a fim de que o entendimento crítico das mudanças e continuidades de características de ações ligadas à área do social sejam estudadas continuamente, contribuindo a busca de novas alternativas e perspectivas no campo do social.

7. Referência Bibliográfica

- Ashley, P. A. (Org.); Aligleri, L. M. (Org.) ; Borinelli, B. (Org.) ; Ferreira, R. N. (Org.) ; Lima, P. R. S. (Org.) ; Queiroz, A. S. S. (Org.) ; Souza, A. A. (Org.) ; Teodosio, A. S. S. (Org.) ; Veloso, L. H. M. (Org.) ; Ventura, E. C. F. (Org.) ; Cardoso, A. J. G. (Org.) ; Chaves, J. B. L. (Org.) ; Alves, A. R. (Org.) . Ética e Responsabilidade Social nos Negócios - 3ª edição. 3ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2004. v. 1. 368 p.
- Cheibub, Z. B. ; LOCKE, R. M. . Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas. In: KIRSCHNER, A.M.; GOMES, E.R.; CAPPELIN, P.. (Org.). Empresa, Empresários e Globalização. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002, v., p. 279-291.
- _____ Coletânea de leis e resoluções: Assistente social, ética e direitos. CRESS/RJ 7ª R. Rio de Janeiro, 2003.
- Da Mata, Roberto.(1978). O ofício de etnólogo, ou como ter "Anthropological Blues". In E. de O. Nunes (org). A aventura sociológica. Rio de Janeiro: Zahar editores.
- Deslandes, Suely Ferreira: Pesquisa Social: teoria, método e criatividade/ Suely Ferreira Deslandes, Otavio Cruz Neto, Romeu Gomes; Maria Cecília de Souza Minayo (organizadora) - Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- Freire, Lúcia M.B.: O serviço social na reestruturação produtiva : espaços, programas e trabalho profissional. São Paulo: Cortez, 2006.
- Garcia, Joana: O negócio do social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- Jornal O GLOBO. Caderno Razão Social. Maio de 2007.
- Jornal O GLOBO. Caderno Razão Social. Junho de 2007.

- Kapaz, Emerson, et alli O Empresário e O Espelho da Sociedade, RJ: Banco Arbi, 1994.
- Landim,Leilah: Para além do Mercado e do Estado? Filantropia e Cidadania no Brasil. Rio de Janeiro: ISER, 1993.
- Melo Neto, Francisco Paulo de e FROES, César. Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial.Rio de Janeiro, Qualitymark Editora, 1.999.
- Oliveira, Fátima Bayma de e Kasznar, Istvan Karoly :organizadores: Saúde, Previdência e Assistência Social: políticas públicas integradas: desafios e propostas estratégicas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- Paoli, Maria Célia: Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. Em Boaventura de Souza Santos, Democratizar a Democracia I, RJ: Civilização Brasileira, 2002.
- Rohden, F. ; Paula, S. G. . Empresas e filantropia no Brasil: um estudo sobre o Prêmio Eco. Rio de Janeiro: ISER, 1996.
- Velho,Gilberto: Observando o familiar. In: Edson de Oliveira Nunes (org.), *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro, Zahar, 1978, p. 36-46. [11p.]
- Vigil, José Ignacio López. A entrevista. Manual de Comunicação nº1. ALER, Quito, Ecuador, 1984.

- www.ethos.org.br
- www.fundacaoabrinq.org.br
- www.fundacaoitausocial.org.br
- www.furnas.com.br
- www.gife.org.br
- www.institutococacola.org.br
- www.institutohsbcsolidariedade.org.br
- www.italu.com.br/socioambiental
- www.ivoluntarios.org.br
- www.petrobras.com.br
- www.riovoluntario.org.br

8. Anexos

Roteiro de Entrevista (Empregados de FURNAS Centrais Elétricas S.A.)

1. O que você entende sobre Responsabilidade Social Empresarial?
2. Na sua opinião, quais são as características das ações sociais realizadas pelas empresas?
3. Na sua visão, o que é necessário para que uma empresa seja considerada socialmente responsável?
4. Na sua opinião, o que o COMITÊ FURNAS representa para a empresa em termos de Responsabilidade Social? Qual o seu significado para a comunidade?
5. No seu entendimento, como os empresários lidam atualmente com os problemas sociais?
6. O que você considera ser cidadão em nosso país?
7. Você considera FURNAS uma empresa solidária/cidadã?
8. O que você pensa sobre o trabalho voluntário? Qual a importância dele neste trabalho social?

Roteiro de Entrevista (Acadêmicos)

1. O que é Responsabilidade Social para você?
2. O que é cidadania? e solidariedade?
3. Você considera que ocorreram mudanças na concepção de Responsabilidade Social?
4. Na sua avaliação, quais os aspectos positivos e negativos do programa de responsabilidade social de uma empresa?
5. De um modo geral, você considera que uma empresa adquire vantagens ao adotar políticas e práticas de Responsabilidade Social? Dê exemplos.
6. Na sua visão, o que é necessário para que uma empresa seja considerada socialmente responsável?
7. Na sua opinião, as empresas possuem mais competência do que o Estado no desenvolvimento de programas sociais? Por que?

Roteiro de Entrevista (Petrobrás)

1. O que você entende sobre Responsabilidade Social Empresarial?
2. Fale um pouco sobre a experiência da Petrobrás no campo do voluntariado empresarial e sobre o Comitê Petrobrás Fome Zero. Suas ações, objetivos, focos, público atendido.
2. Na sua opinião, quais são as características das ações sociais realizadas pelas empresas?
3. Na sua visão, o que é necessário para que uma empresa seja considerada socialmente responsável?
4. No seu entendimento, como os empresários lidam atualmente com os problemas sociais?
5. Fale sobre a importância do voluntariado na sociedade civil.