

A economia política da responsabilidade corporativa no Brasil*

Paola Cappellin**
Gian Maria Giuliani**

Este relatório é parte da pesquisa promovida pelo UNRISD em seis países em desenvolvimento (Índia, México, Peru, Filipinas e África do Sul, Brasil) durante 2001 e 2002, com o objetivo de identificar os mais importantes processos que encorajam as grandes empresas (nacionais e transnacionais) a melhorar sua performance social e ambiental.

Discursos e práticas associadas à responsabilidade social e ambiental no Brasil têm crescido rapidamente nos anos mais recentes. O relatório brasileiro descreve a agenda da responsabilidade social e ambiental, evidenciando os fatores e os atores sociais que têm encorajado a adoção de práticas de responsabilidade. Essas intervenções são assim vinculadas ao contexto de amplas modificações institucionais que atualizam a inserção das empresas na sociedade brasileira desde a década de 1970.

Inicialmente, o relatório delinea as origens da responsabilidade social e ambiental, considerando as iniciativas pioneiras das associações e entidades empresariais que introduzem, de forma bastante diferenciada, as propostas e as concepções de responsabilidade empresarial ante a agenda social e ambiental no Brasil. É importante lembrar que, desde os anos 1970, diferentes segmentos empresariais brasileiros têm aderido à idéia da responsabilidade social corporativa. No entanto, é a partir do processo de democratização dos anos 1980 que alguns grupos

• Texto recebido em dezembro/2004 e aprovado para publicação em 15/2/2005.

* Programme on Technology, Business and Society, paper n. 14, editado pelo United Nation Research Institute Social Development (UNRISD), GENEVE 2004, ISSN 1020-8216. Disponível em: www.unrisd.org.

** Doutores em Sociologia, professores do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia – UFRJ.

empresariais formam redes especialmente orientadas para a firmação do papel social das empresas. Seus fundadores, mesmo com motivações não homogêneas e com propostas diversificadas enfatizam os princípios da ética e da transparência como regras fundamentais para o comportamento tanto das empresas como do governo. Também sugerem intervenções que visam promover o bem-estar mediante mecanismos de correção da concentração da riqueza e da geração da pobreza. Os porta-vozes dessas novas atitudes são principalmente os gerentes das multinacionais e os jovens empresários brasileiros.

Na segunda parte, a luz da perspectiva de análise dos *stakeholders*, são examinadas as pressões que diversos setores da sociedade brasileira agem, estimulando mudanças do comportamento das empresas. O estudo identifica que o Partido dos Trabalhadores, as ONGs, as municipalidades, os sindicatos dos trabalhadores, as entidades dos consumidores, a imprensa especializada em *business*, algumas entidades de investidores e agências do Estado, são canais que solicitam que as empresas saibam conectar-se à sociedade, articulando a modernização do local de trabalho com a resolução de demandas de desenvolvimento social.

Com efeito, em meados dos anos 1990, abre-se uma perspectiva mais pragmática orientada ao melhoramento do sistema produtivo. As inovações tecnológicas e as pressões postas pela competição apóiam as empresas a reduzir custos e a evitar perdas. Para isso o caminho encontrado pelas empresas é demandar maiores competências à mão-de-obra e cuidar do meio ambiente. Por exemplo, a taxa muito alta de acidentes de trabalho e o baixíssimo nível escolar dos trabalhadores, que sempre foram considerados apenas "problemas sociais", são vistos agora como barreiras à necessária modernização dos sistemas produtivos. É nessa perspectiva que um crescente número de grandes empresas nacionais e multinacionais (sobretudo de setores tradicionais como a construção civil, o químico e o metalmeccânico) e as maiores associações empresariais começaram a responder às demandas do Estado, promovendo campanhas para a prevenção dos acidentes de trabalho, a efetivar programas de alfabetização e capacitação da mão-de-obra e a adotar condutas ambientalmente orientadas.

Na terceira parte, na busca de identificar os possíveis impactos e significados da responsabilidade social e ambiental, os pesquisadores que assinam o relatório vão além da análise dos discursos e das práticas empresariais para registrar os mais importantes indicadores sociais das condições de emprego nas empresas no Brasil: o analfabetismo, o desemprego, os índices de acidentes e de instabilidade no local de trabalho, as desigualdades e as discriminações de gênero e raça, e a corrupção. Para os problemas ambientais, o relatório apresenta indicadores sobre a poluição e o consumo de água, a deflorestação e, ainda, *greenhouse gas emissions, biopiracy and GMOs*.

Nas conclusões do relatório, os autores avaliam a contribuição da responsabilidade social e ambiental das empresas que atuam no Brasil. Neste país, há substantiva diferença entre a responsabilidade social e a responsabilidade ambiental. A primeira se firma em um contexto de desregulação do mercado de trabalho e do enfraquecimento dos direitos trabalhistas. Quando é confrontada com esse quadro, a responsabilidade social das empresas aparece como um paliativo, como uma gota no oceano. Por outro lado, a responsabilidade ambiental, embora ainda frágil, apóia-se em um progressivo processo de regulação que se aperfeiçoa no âmbito nacional e nos acordos internacionais, incentivado tanto pelas pressões da sociedade como pela oportunidade de novos negócios que de fato oferece.

A evolução e a expansão da responsabilidade social (envolvendo a filantropia, as ações sociais e os investimentos sociais) são somente uma das faces da moeda. Na outra, associações empresariais e empresas pressionam o Estado para limitar os direitos dos trabalhadores, reduzir o poder vinculante da CLT e aliviar as restrições ambientais, tornando tudo isso, objeto de barganha política em troca dos postos de trabalho. Tornou-se hoje uma convicção muito difusa a afirmação de que a empresa que adota práticas sociais e conduta ambientalmente correta, tanto no seu interior como no seu território, logra substanciais vantagens competitivas, aumenta seu valor de mercado e melhora sua imagem. Tal crença nunca tem sido claramente comprovada e, de fato, poderia ser uma simples tautologia, dado que as empresas que atuam socialmente e ambientalmente são, em geral, as que já estão melhor posicionadas no mercado. Portanto, pode-se dizer que, através do moto da responsabilidade social, estão buscando legitimidade. Poderiam estar buscando limpar a imagem de empresários e empresas que os vê como responsáveis pela concentração de riqueza e pelo fortalecimento do poder especulativo do capital financeiro. Tudo indica que o empresariado brasileiro usa a responsabilidade social mais para restaurar o clima de confiança entre os trabalhadores (pelo menos os que permanecem empregados), para ampliar sua estratégia competitiva e, sobretudo, para garantir a lealdade dos consumidores e a aceitação da comunidade. Praticamente, a RCS se torna um meio de mitigar parcialmente os efeitos negativos da desregulação do mercado de trabalho e da redução do custo do trabalho.

Pelo que concerne a responsabilidade ambiental no Brasil, qualquer conclusão a respeito do processo de "esverdeamento" das empresas poderia resultar em uma simplificação ou redução de um sistema complexo que envolve diferentes atores e dinâmicas. A preocupação com a questão ambiental é relativamente recente na consciência social e cresceu significativamente em diferentes setores da sociedade, inclusive no mundo empresarial. A emergência, porém, de uma cultura ambiental realmente nova, capaz de instaurar um diálogo crítico e autocrítico

entre a economia e a sociedade a respeito da questão ambiental, ainda é frágil e até ambígua. Se esta depende da legislação e dos acordos internacionais, a heterogeneidade econômica e cultural do empresariado possibilita que grupos específicos pressionem para tornar a legislação ambiental mais flexível em nome do pretense desenvolvimento econômico, como, por exemplo, fazem os ruralistas para reduzir a dimensão das áreas de florestas que devem ser preservadas.

Assim, as perspectivas da incorporação da responsabilidade social e ambiental estão conexas a um contexto amplo, que combina dimensões legais, políticas econômicas e culturais, reforçando a inserção das empresas na sociedade brasileira contemporânea.