



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS – CFH
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA POLÍTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
SOCIOLOGIA POLÍTICA**

CAROLINE DA GRAÇA JACQUES

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA EMPRESA EM TEMPOS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO
DE CASO A PARTIR DA WHIRLPOOL SA**

**Florianópolis/SC
2010**

CAROLINE DA GRAÇA JACQUES

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA EMPRESA EM TEMPOS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO
DE CASO A PARTIR DA WHIRLPOOL SA**

Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em Sociologia Política
da Universidade Federal de Santa
Catarina como requisito para obtenção
do título de Mestre em Sociologia
Política

Orientador: Prof^a. Dr^a. Maria Soledad Etcheverry

**Florianópolis/SC
2010**

CAROLINE DA GRAÇA JACQUES

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA EMPRESA EM TEMPOS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: UM ESTUDO
DE CASO A PARTIR DA WHIRLPOOL SA**

FOLHA DE APROVAÇÃO

AGRADECIMENTOS

Ao completar um trabalho temos a compreensão do apoio de diversas instituições e pessoas que o tornaram possível. Agradeço à CAPES pela bolsa de estudos concedida durante o mestrado. Ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política e a UFSC pelos recursos necessários à participação em eventos e congressos científicos.

Gostaria de agradecer a todos os professores do departamento, em particular à professora Maria Soledad, pela competente orientação, apoio, amizade e incentivo. À professora Ana Maria Kirschner e ao professor Ary Minella sou grata pela participação na banca de qualificação e pelos conselhos sempre oportunos.

Agradeço a todos os funcionários da UFSC, em particular Albertina e Fátima, secretárias do PRPG, pela atenção a mim dispensada ao longo do curso.

Para os integrantes do NUSMER, a minha feliz gratidão, pelas reuniões tão frutíferas e instigantes: Márcia, Eduardo, Kettle, Gabriel, Netanias, muito obrigada!

Aos colegas de turma que se tornam amigos tão queridos, deixo expressa minha gratidão e carinho Silvia, Rudy e Antônio.

Ao professor José Rodrigues Duarte (UFRRJ) agradeço os comentários sobre o texto que muito o enriqueceram.

Agradeço a toda a equipe do Instituto Consulado da Mulher e as integrantes dos grupos assessorados que muito gentilmente aceitaram compartilhar comigo suas experiências junto ao projeto.

Aos meus queridos familiares, em particular meus pais, Jacques e Silvia por serem meu porto seguro. Ao Rodrigo, meu companheiro, pelo amor e incentivo.

Agradeço à minha sempre querida Professora Cécile Raud, que tão precocemente nos deixou, pelo estímulo em fazer da Sociologia minha trajetória profissional e por ter me ensinado, em muitos aspectos, a ser uma pessoa melhor.

RESUMO

Neste trabalho nos propomos empreender um estudo acerca da construção de programas sociais que estão sob a égide da chamada Responsabilidade Social Empresarial (RSE). Nosso objetivo principal constituiu-se em averiguar como são estabelecidas as relações da empresa com a dinâmica da sociedade na proposição de atividades voluntárias voltadas a promover o desenvolvimento social e econômico de parcelas da população brasileira. A pesquisa contou com uma revisão bibliográfica com ênfase nos autores da Sociologia Política e da Sociologia Econômica que tratam criticamente da atuação do Terceiro Setor nas questões de caráter social bem como sobre o tema da legitimidade das empresas no capitalismo contemporâneo. Como estudo de caso focamos a criação do Instituto Consulado da Mulher, principal ação de RSE da empresa Whirlpool pela marca Consul no Brasil. Observou-se que, embora a empresa leve em conta sua estratégia de atuação no mercado nacional como base fundamental para a criação do projeto social, este adquire, ao longo de sua trajetória, múltiplos vínculos sociais. A rede estabelecida entre a empresa, o Instituto Consulado da Mulher, instituições sociais de apoio à mulher e entidades do poder público promovem o capital social dos grupos de Economia Solidária das mulheres em situação de vulnerabilidade social.

Palavras-chave: Construção social da empresa, responsabilidade social empresarial, Terceiro Setor, Instituto Consulado da Mulher.

ABSTRACT

In this work we propose to develop a study about the construction of social programs which belong to the so-called Corporate Social Responsibility (CSR). Our main objective constituted to investigate how the company's relations to the dynamics of the society are established in the proposition of voluntary activities aiming to promote the social and economic development of segments of the Brazilian population. The research comprises an extensive literature review of authors of political sociology and the economic sociology which deal critically with the performance of the Third Sector in social issues as well as the subject of legitimacy of the companies in the contemporary capitalism. As a case study we focused the creation of Instituto Consulado da Mulher, the main action of CSR of Consul brand in Brazil. It was observed that while the company takes in account its action strategy in the domestic market as the basis for the creation of social project, it acquires along its trajectory multiple social ties. The network established among the companies, Instituto Consulado da Mulher, women care institutions and public service agencies promotes the social capital of the solidarity economy groups for women in situations of social vulnerability.

Keywords: Social Construction of Company, Corporate Social Responsibility, CSR, Third Sector, Instituto Consulado da Mulher.

LISTA DE SÍMBOLOS E SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas
ADCE - Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
AMCHAM - Câmara Americana de Comércio
BNDES - Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social
BSR - *Business for Social Responsibility*
CEBDS - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável
CDM - Centro de Documentação e Memória
CFC - Clorofluorcarboneto
CONSEA - Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional
COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CPMF - Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira
CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
DIEESE - Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos
EUA - Estados Unidos da América
FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
FIDES - Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas
ICM - Instituto Consulado da Mulher
IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IDEC - Instituto de Defesa do Consumidor
IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada
IPTU - Imposto Territorial Urbano
ISO - *International Organization for Standardization*
ISS - Imposto sobre Serviços
NEI - Nova Economia Institucional
NSE - Nova Sociologia Econômica
ONG - Organização não Governamental
ONU - Organização das Nações Unidas
OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PNBE - Pensamento Nacional de Bases Empresariais
RSE - Responsabilidade Social Empresarial
SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESC - Serviço Social do Comércio
UE - União Européia
WBCSD - World Business Council for Sustainable Development

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO	15
1.2 PROBLEMÁTICA.....	18
1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	20
1.3 METODOLOGIA	21
1.4REFERENCIAIS TEÓRICOS: A SOCIOLOGIA DA EMPRESA E A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA	24
1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	28

CAPÍTULO 2

CONTEXTUALIZAÇÃO POLÍTICA DA EMERGÊNCIA E CONSOLIDAÇÃO DA RSE

2.1 O TERCEIRO SETOR E A LÓGICA MERCANTIL NA PRODUÇÃO DE BENS PÚBLICOS	34
2.2 MARCO LEGAL DA RSE: LEI DAS OSCIPS, INCENTIVO FISCAL E FINANCIAMENTO PÚBLICO PARA AÇÕES SOCIAIS EMPRESARIAIS.....	38
2.3 ASPECTOS HISTÓRICOS, POLÍTICOS E INSTITUCIONAIS DA RSE.....	42
2.3.1 Evolução da RSE no mundo: do nascimento das primeiras ações à consolidação da temática	43
3.3.2 A União Européia e a RSE no combate à exclusão social.....	47
3.3.3 A emergência da RSE no Brasil	50

CAPÍTULO 3

REFERENCIAL TEÓRICO.....	57
3.1 DISTINÇÕES ÚTEIS: A TEORIA ECONÔMICA E O SURGIMENTO DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA.....	58
3.2 SOCIOLOGIA ECONÔMICA: WEBER, DURKHEIM E A CONCEPÇÃO INSTITUCIONAL DA ESFERA ECONÔMICA.	62
3.3 POLANY E GRANOVETTER: A NOÇÃO DE <i>EMBEDNESS</i> DA AÇÃO ECONÔMICA	67
3.4 A EMPRESA E SUA “RESPONSABILIDADE SOCIAL” NA ANÁLISE DA SOCIOLOGIA.....	73

CAPÍTULO 4

ANÁLISE EMPÍRICA	81
4.1 CONSUL E WHIRLPOOL E A IDÉIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA	81
4.2 DA FILANTROPIA À RACIONALIZAÇÃO DAS PRÁTICAS SOCIAIS, A CRIAÇÃO DO INSTITUTO CONSULADO DA MULHER (ICM).....	88
4.3 O FÓRUM DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO NORTE CATARINENSE E A CRIAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DOS EMPREENDIMENTOS	96
4.4 INSTITUTO CONSULADO DA MULHER E SUA INSERÇÃO SOCIAL	101
4.5 GRUPOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: APOIO INSTITUCIONAL PARA GERAÇÃO DE RENDA	104

CAPÍTULO 5

CONCLUSÕES	111
-------------------------	------------

BIBLIOGRAFIA.....	115
--------------------------	------------

ANEXOS.....	123
--------------------	------------

I- Roteiro das entrevistas com as participantes dos grupos apoiados pelo ICM	123
II – Roteiro da entrevista com o coordenador do ICM – Joinville-SC	124
III – Regimento Interno do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense	125

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas podemos observar um novo movimento no campo empresarial. Trata-se da construção de um ideário que propõe associar empresas à ações que visam amenizar as desigualdades sociais de parcelas da população brasileira. Existe, de fato, um crescimento exponencial de atividades de foco social operacionalizadas via setores empresariais bem como através de parcerias entre empresas e governos. Nos círculos empresariais e no debate acadêmico, tais práticas são agrupadas sob a égide da chamada responsabilidade social empresarial.

A compreensão do surgimento e do desenvolvimento desta proposta do ambiente empresarial exige uma reordenação na ótica das Ciências Sociais que por muitos anos se manteve distanciada das empresas como objetos legítimos de pesquisa (BARBOSA, 2002, KIRSCHNER, 1998).

Para a literatura que vem se dedicando ao estudo da responsabilidade social empresarial (doravante identificada pela sigla RSE) existe um consenso em afirmar que o cenário sócio-político brasileiro que propiciou sua emergência foi marcado pela crise fiscal e o conseqüente recuo do Estado em relação às questões sociais, pelo incremento da participação da sociedade civil na defesa dos interesses públicos e na regulação das ações empresariais e, fundamentalmente, pelo ápice do modelo econômico neoliberal (CAPPELLIN E GIFFONI, 2007; KIRSCHNER, 2009; GROS, 2005; PAOLI, 2002).

Com relação aos mercados, as sucessivas crises econômicas aliadas à globalização e o acirramento da concorrência internacional forçaram as empresas a melhorarem seus desempenhos e competitividade. O aumento da competição internacional gerou novos padrões de desempenho produtivo, tecnológico e mercadológico às empresas. Esse panorama tem promovido uma alteração na mentalidade do empresariado, indicando uma ênfase maior na dimensão voltada ao fator humano e social como chave para a rentabilidade (COSTA, 2003).

Por outro lado, no âmbito da sociedade civil brasileira, o processo de consolidação democrática, a promoção das diretrizes para a defesa do consumidor assim como a defesa do meio ambiente, criaram um patamar maior de exigências do consumidor e da população em geral em função da qualidade de produtos e serviços oferecidos pelas empresas.

O termo responsabilidade social empresarial, embora bastante discutido pela mídia e nos círculos empresariais, não possui uma

definição acordada em termos de procedimentos de realização, trata-se pois, de um conceito em *construção e disputa*. Alguns autores e segmentos sociais o associam com a implementação de ações que beneficiam tanto os funcionários da empresa, seus dependentes e fornecedores, como a comunidade onde a firma se localiza, para além da letra da lei. Para essa linha de análise, em geral, faz parte da política de responsabilidade social da companhia, as ações, os benefícios e os programas voluntários da organização que vão além do cumprimento das exigências legais, em termos trabalhistas, de meio ambiente e na sua relação com o consumidor.¹

De forma bastante ampla, um estudo do BNDES (2000) sugere a associação entre o exercício da RSE com a noção de sustentabilidade, que visa conciliar as esferas econômica, ambiental e social, na geração de um cenário compatível à continuidade e a expansão das atividades das empresas, no presente e no futuro.

Para o Instituto Ethos, um agente incentivador da responsabilidade social no meio empresarial, a prática deve ser entendida como uma relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona. Portanto, pela instituição de objetivos e metas empresariais favoráveis ao desenvolvimento sustentável da sociedade, i.e., ações que preservem recursos ambientais, culturais e a diversidade e que promova a redução das desigualdades sociais. A entidade entende que a responsabilidade social deve ser focada na cadeia de negócios da empresa, englobando demandas de atores sociais diversos como, acionistas, funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente, cujas necessidades a empresa deve buscar entender e incorporar aos seus negócios (ETHOS, 2003).²

Pode-se observar então que, na atualidade, determinadas empresas passam a desenvolver, além de suas responsabilidades

1 Nacionalmente a norma de responsabilidade social ABNT NBR 16001 estabelece os requisitos mínimos para que uma empresa seja considerada socialmente responsável. A promoção da cidadania, do desenvolvimento sustentável e o exercício transparente das atividades das organizações constituem a base de implantação de um sistema de gestão da responsabilidade social eficaz. (ABNT 16001:2004). A empresa Serasa, em outubro de 2006, foi a primeira empresa brasileira a ser certificada pela NBR 16001 (Disponível em: <http://www.serasa.com.br/empresa/noticias/2007/noticia_0521.htm>).

2 O Instituto Ethos vem promovendo não apenas debates sobre o tema através de fóruns e seminários mas, principalmente, critérios e metodologias de aplicação das ações por ele denominadas como socialmente responsáveis. Um exemplo disso são os procedimentos para elaboração de relatórios de atividades sociais e de sustentabilidade, presentes em seu site na internet, para acesso dos dirigentes empresariais associados ao instituto.

econômicas e legais, um discurso indicando a promoção e a incorporação de valores éticos e convenções sociais no seio da atividade produtiva. Para Ashley (2006), empresas socialmente responsáveis são aquelas que atuam segundo critérios de comportamento compatíveis com o que a sociedade almeja e que vão além daquilo que a lei estipula. Nessa dinâmica, convenções e normas sociais passam a, em tese, influenciar as relações da empresa com os chamados *stakeholders*, ou seja, os diversos públicos com os quais a empresa está associada.

O debate sobre quais são as responsabilidades sociais dos dirigentes empresariais não é recente e desde a década de 50 mobiliza acadêmicos e instituições econômicas e sociais. A publicação do livro do norte-americano Howard R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman* (1953), considerado o pioneiro no tema, traz a seguinte questão: “Que responsabilidades razoáveis podemos esperar que um homem de negócios assuma perante a sociedade?” (BOWEN, 1953, p.xii). Para responder essa questão, o autor definiu a responsabilidade social como sendo a obrigação do empresário de perseguir políticas, assumir decisões ou de seguir linhas de ação que sejam desejáveis em termos de objetivos e valores da sociedade (idem).

De um ponto de vista mais crítico, autores como os cientistas políticos Cheibub e Locke (2002) afirmam que as práticas sociais das empresas não se remetem a uma dimensão moral, mas participam do próprio jogo de interesses econômicos dos mercados. Os autores entendem que se as empresas se engajam em atividades que fortalecem a sociedade civil, tornando-a mais densa e articulada, os resultados são benéficos, sobretudo, para a ação empresarial, já que esta é socialmente contextualizada (*socially embedded*).

Por sua vez, Vinha (2003) afirma que a RSE surge a partir de uma crença difundida no segmento empresarial de que a sua não observância impacta negativamente os negócios e que, por consequência, as empresas procuram se diferenciar por sua orientação ambiental e socialmente ética nos negócios. A autora trabalha com a hipótese na qual as empresas que apresentam um determinado perfil, qual seja, grande porte, forte presença regional e cuja produção assenta-se no uso intensivo de recursos ambientais, por estarem mais expostas à vigilância pública, são levadas a interagir com os demais atores locais, dando visibilidade à sua presença na vida da comunidade. Em outras palavras, as empresas com tais características estariam mais propensas a implementar um sistema de gestão ambiental e a desenvolver projetos comunitários com a marca do enraizamento social.

1.2 PROBLEMÁTICA

Diante do contexto político, econômico e social marcado pela crise do modelo de Bem Estar social na Europa e do modelo desenvolvimentista brasileiro, assim como a abertura econômica e a valorização dos princípios neoliberais na condução da economia e no trato das questões de interesses públicos no Brasil, propõe-se realizar um estudo sobre a projeção de empresas no cenário das ações sociais.

A presente pesquisa dá seguimento aos estudos realizados por Jacques (2007) onde se intencionou compreender o sentido que os coordenadores de gestão de RSE da empresa Multibrás S.A. (atualmente Whirlpool S.A), conferiam à prática socialmente responsável. Através de metodologias específicas, concluiu-se que responsabilidade social empresarial, conforme o modelo pesquisado, significa uma postura corporativa capaz de colaborar para o desenvolvimento social brasileiro partindo de ações recíprocas entre a empresa e diversos grupos sociais (JACQUES, 2007. p.48). A análise em questão focou-se no caráter institucional da RSE deixando à margem da pesquisa os atores sociais envolvidos nas ações, como as mulheres participantes das atividades da ong Instituto Consulado da Mulher, os trabalhadores da empresa e o papel do Estado e das instâncias públicas na promoção da RSE.

Nesta oportunidade vislumbramos a possibilidade de ampliar nossa análise sobre a criação e o desenvolvimento das ações de responsabilidade social da empresa. Partimos da abordagem teórica da sociologia econômica, a qual afirma que tanto os comportamentos econômicos como as instituições econômicas são construções sociais e que, portanto, não podem ser compreendidos se não levarmos em conta os fatores históricos e o cenário sociopolítico dos fenômenos que queremos pesquisar. Assumimos uma posição epistemológica muito próxima dos etnometodologistas, posto que recusamos a postular *a priori* a natureza dos fenômenos sociais. Trata-se, pois, de uma postura investigativa associada aos processos indutivos que, ao privilegiar o contexto e a singularidade da situação na construção do enredo narrativo das ações, permite uma melhor compreensão de seu sentido. Levar-se-á em conta, portanto, a dinâmica dos processos sociais, a criação dos atores e o papel das significações na estruturação dos acontecimentos ligados à implantação e desenvolvimento da RSE (DOSSE, 2003).

Assim, a pesquisa atual objetiva realizar um estudo sociológico sobre a implementação e o desenvolvimento das ações de responsabilidade social de uma empresa de grande porte, do setor industrial de linha branca no Brasil. Alguns apontamentos que nortearão

a análise estão focados em entender como se realiza, no interior da empresa e desta com a sociedade, o processo que dará origem a política de RSE da firma. Quais são os atores sociais envolvidos nesse (possível) diálogo? Qual o papel dos trabalhadores e demais atores sociais na definição dos objetivos e métodos para a consolidação das chamadas práticas sociais responsáveis da empresa? Como o Estado e as demais instancias governamentais se relacionam com a empresa no estabelecimento e desenvolvimento dos programas de RSE?

Essas questões nos parecem relevantes haja vista que, com frequência, as políticas de responsabilidade social são apreendidas como ferramentas de *marketing*, não considerando ou incorporando as demandas dos trabalhadores, das comunidades e de outros segmentos sociais (DIEESE, 2006). Nesse sentido, tais questionamentos são ainda mais importantes quando as ações sociais das empresas se beneficiam de financiamentos públicos ou leis de incentivos fiscais (GROS, 2005).

Portanto, pretende-se fazer um estudo sobre a prática de responsabilidade social de uma empresa multinacional e as iniciativas concretamente realizadas no âmbito da sociedade civil, ou seja, a chamada política de responsabilidade social externa da organização. O recorte desse trabalho de pesquisa compreende as ações sociais da empresa Whirlpool S.A. (atualmente detentora das marcas Cònsul, Brastemp e Embraco no Brasil), no município de Joinville/SC, que estão relacionadas com programas de geração de trabalho e renda para mulheres que se encontram numa situação de vulnerabilidade social.³

O estudo em questão refere-se, a um desenho de análise que contempla atores sociais diversos, tais como a empresa, o público feminino envolvido, empreendimentos de economia solidária, entidades da sociedade civil organizada, poder público e políticas públicas do âmbito do gênero e da promoção de renda. Esse ponto de interseção refere-se ao programa denominado Instituto Consulado da Mulher (ICM), uma organização não-governamental (ONG) criada pela empresa no início do ano de 2002, presente fisicamente nas cidades onde a instituição mantém o seu campo fabril: Joinville (SC), Rio Claro (SP), São Paulo (SP) e Manaus (AM). Em Joinville, local da pesquisa empírica, está a maior indústria de refrigeração da marca em nível mundial, líder em vendas, nesse setor, na América Latina através das marcas Brastemp e Consul. O ICM é anunciado como a principal

³ A empresa define como público alvo de sua ação social, mulheres com baixo índice de escolaridade e renda, isto é, que tenha estudado até a 4º série do ensino fundamental e cuja renda familiar não ultrapasse quatro salários mínimos (JACQUES, 2007)

atuação no âmbito da responsabilidade social da marca Consul e, desde o ano de 2002, desenvolve atividades em questões como educação de gênero, mercado de trabalho feminino, geração de renda e economia solidária. Nessa cidade, o ICM integra um conjunto mais amplo de entidades do chamado terceiro setor e instâncias governamentais voltados principalmente para a valorização da mulher na sociedade com base na promoção de trabalho e renda e da economia solidária.

O grupo empresarial que mantém financeiramente o programa é a *Whirlpool Latin America* subsidiária da *Whirlpool Corporation*, com sede nos Estados Unidos da América e principal fabricante mundial de eletrodomésticos. O valor anual do investimento financeiro direcionado para esse programa ultrapassa os R\$ 6.000.000,00, segundo dados do balanço contábil da entidade, tornado público via exigência da legislação brasileira (Lei das OSCIPS). No Brasil, as atividades da Whirlpool S.A. desenvolvem-se desde maio de 2006, uma vez que a empresa é resultado da fusão entre a Multibrás S.A. Eletrodomésticos e da Empresa Brasileira de Compressores S.A. (Embraco). As marcas Consul e Brastemp unificaram-se em meados de década de 70, segundo a empresa, com objetivo de buscar o fortalecimento de seus produtos no mercado nacional de eletrodomésticos e, desta forma, passaram a fazer parte do grupo Multibrás S.A. No Brasil, a Whirlpool possui bastante visibilidade, visto que suas marcas representam 40% desse mercado, registrando em 2008, 8,7 milhões de unidades comercializadas com um universo de 12 mil funcionários em suas várias fábricas (Whirlpool, 2008). No estado de Santa Catarina, a empresa é uma das maiores companhias em arrecadação de tributos e de número de empregados.

1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

No atual estudo, damos seguimento à análise que contempla a institucionalização das ações de RSE da companhia. O objetivo central da pesquisa é compreender as múltiplas interações sociais que a empresa estabelece com a dinâmica da sociedade para firmar sua proposta de RSE.

Como objetivos específicos, destacamos:

- Apresentar o projeto social Instituto Consulado da Mulher, bem como elencar informações sobre o seu foco social e atividades;
- Averiguar quais atores sociais foram mobilizados e de que forma contribuíram na criação dos objetivos sociais e

métodos do ICM;

- Identificar os procedimentos de diálogo e monitoramento público das relações entre empresa e seu entorno social;
- Verificar as diretrizes jurídico-legais que dão suporte à atuação social das empresas.

Por questões de delineamento da pesquisa, optamos por direcionar nossa análise empírica para o projeto Instituto Consulado da Mulher estabelecido na cidade de Joinville. Nossa escolha se deu devido ao fato de que é nessa localidade que se encontra a principal indústria do grupo Whirlpool da América Latina em termos de produção e exportação dos produtos das marcas. Além desse fato, foi em Joinville que surgiu uma das primeiras casas do programa, apenas dois meses após a criação da entidade paulista do município de São Carlos. Não podemos deixar de citar a importante associação que se faz presente entre o Instituto Consulado da Mulher e o surgimento do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense, fato esse muito relevante para nossa compreensão da interação entre a empresa e seu programa de RSE e o entorno social, em termos da associação com a sociedade civil organizada e entidades públicas e privadas.

1.3 METODOLOGIA

A metodologia para a elaboração da pesquisa envolve revisão bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa de campo e aplicação de entrevistas. A bibliografia pertinente a uma concepção crítica da RSE foi revisada, partindo de autores da área das Ciências Sociais tais como Ana Maria Kirschner, Denise Gros, Paola Cappellin, Gian Giuliani, Zairo Cheibub e Richard Locke. Igualmente, através de uma revisão de literatura, empreendeu-se um estudo mais aprofundado sobre a ação econômica enquanto uma esfera socialmente situada (Granovetter, 1973, 1985; Swerberg e Granovetter, 1992), discussão que remonta a autores clássicos da envergadura de Durkheim, Weber e Polanyi e hoje ainda está presente no debate da Nova Sociologia Econômica.

A pesquisa documental abordou os Relatórios de Atividades Sociais da empresa pesquisada, publicados nos anos de 2004, 2007 e mais recentemente o Relatório de Sustentabilidade 2009 visto que esses documentos clarificam sobre os projetos de RSE, mais especificamente no que se refere às atividades do Instituto Consulado da Mulher na cidade de Joinville, além de fornecerem um panorama mais geral sobre a

própria concepção de RSE da Whirlpool. Realizou-se uma leitura mais sistemática da Lei 9.790, de 23 de março de 1999, denominada Lei da OSCIP, com o objetivo de compreender a dinâmica da governança a que se refere essa associação. Igualmente, através de pesquisa documental, intencionou-se examinar o Estatuto Social do Instituto Consulado da Mulher com a finalidade de elencar o objetivo social do projeto, seu regimento interno e suas disposições legais. Outros dados necessários, tais como os históricos da empresa, seu surgimento e desenvolvimento econômico foram obtidos junto ao Centro de Documentação e Memória (CDM) da corporação.

A pesquisa de campo contemplou especificamente o projeto Instituto Consulado da Mulher da cidade de Joinville, norte de Santa Catarina. Quanto à coleta de dados, utilizou-se a observação participante e a técnica de entrevista, do tipo semi-estruturada.

Estivemos presentes, em três momentos distintos, nas reuniões do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense, período no qual percebemos a participação e as relações entre os dirigentes do Instituto Consulado da Mulher, as iniciativas da sociedade civil, como fundações e associações e o poder público, nas atividades que promovem essa temática. Essa etapa da pesquisa se mostrou fundamental para nossa análise uma vez que os encontros do Fórum de Economia Solidária apresentaram-se como palco das atuações sociais das entidades e instituições que são voltadas a promover e capacitar os empreendimentos solidários. Portanto, foi um evento fundamental para percebermos as relações entre o Instituto Consulado da Mulher (e, portanto, a empresa) com os demais segmentos da sociedade que compõe o que podemos chamar de movimento pelo fortalecimento da Economia Solidária de gênero da região de Joinville. Como veremos mais adiante, essa rede criada a partir dos eventos do Fórum, pode ser entendida como geradora do capital social (Coleman, 1990) e de capital social comunitário (Durston, 2003) que facilitam e promovem certas ações comuns aos empreendimentos autogestionários.

Esse nossa inserção foi também fundamental para travarmos contato com os empreendimentos autogestionários apoiados pelo ICM, posto que foi somente após participarmos desse evento que conseguimos de fato, agendar as entrevistas. Sabemos que a observação participante supõe a interação pesquisador/pesquisado e que as informações obtidas vão depender do comportamento e das relações que desenvolvemos com o grupo (WHYTE, 2005). Contamos ainda, nessa ocasião, com um “informante” que nos proporcionou dissipar algumas dúvidas com relação à constituição do Fórum e outras incertezas que existiram ao

longo dos encontros. No terceiro capítulo relataremos como se realizou nossa inserção e quais foram as análises decorrentes dessa etapa metodológica.

Na abordagem investigativa optamos pela entrevista semi-estruturada. Nesta, o entrevistador tem uma participação ativa. Apesar de observar um roteiro, pode-se fazer perguntas adicionais para esclarecer questões e melhor compreender o contexto (COLOGNESE e MÉLO, 1998). Concordamos com Flick (2004), na medida em que é mais provável que os pontos de vistas dos sujeitos entrevistados sejam expressos em uma situação de entrevista com um planejamento relativamente aberto do que em uma entrevista padronizada ou em um questionário. A entrevista, entendida como um momento interacional entre entrevistador(a) e entrevistado (a) tem por finalidade a obtenção de informações e estrutura-se a partir de um roteiro, qual seja: uma lista de pontos ou tópicos previamente estabelecidos de acordo com uma problemática central (HAGUETTE, 1999). Na seção anexa pode-se ter acesso as questões que estruturaram nossas entrevistas.

Assim, de acordo com os objetivos propostos por nossa pesquisa, o método investigativo abordou em um primeiro momento as integrantes dos grupos de economia solidária incentivados pelo ICM. Nessa etapa, foram entrevistadas cinco mulheres de três empreendimentos distintos. Esse item da pesquisa foi fundamental para compreendermos o papel que o ICM representa em questões como capacitação e formação técnica para grupos de economia solidária de gênero. Vamos perceber que esses empreendimentos, em sua maioria já existiam, embora apoiados por outras instituições do município de Joinville. Logo, quando o ICM passa a apoiá-los, percebemos uma maior profissionalização dessas iniciativas, em grande parte em virtude da doação de eletrodomésticos das marcas Consul e Brastemp, necessários a produção e estocagem dos bens.

Realizamos ainda, uma entrevista com um dos coordenadores do Instituto Consulado da Mulher e com base nessa etapa conseguimos obter informações quanto ao processo de origem da atuação social da empresa e como ela vem sofrendo alterações e se reestruturando ao longo sua trajetória, buscando obter eficiência na proposta.

Para a elaboração das entrevistas contamos com um guia que reuniu questões e estímulos narrativos. Entendemos, assim como Witzel (1985, apud FLICK, 1999, p. 100), que o guia é planejado para auxiliar a “corrente narrativa desenvolvida pelo próprio entrevistado”, mas também é utilizado como base para dar à entrevista um novo rumo “no caso de uma conversa estagnante ou de um tópico improdutivo”.

1.4 REFERENCIAIS TEÓRICOS: A SOCIOLOGIA DA EMPRESA E A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

A reflexão teórica voltada para a análise da empresa e da chamada responsabilidade social vem tomando corpo e se expandindo no Brasil desde a década de 90. Os esforços teóricos desse novo campo de estudos se apóiam no reconhecimento da empresa como um espaço de *construção social* e não apenas como uma organização econômica, voltada exclusivamente à processos de rentabilidade.

Nessa pesquisa, o eixo de sustentação teórica para o estudo da empresa e dos atores sociais envolvidos no surgimento e consolidação do tema da RSE, assenta-se, fundamentalmente, na reflexão dos autores da chamada Sociologia das Empresas. Essa linha teórica, por sua vez, é herdeira de uma nova matriz analítica, a Nova Sociologia Econômica (NSE), que a partir da década de 1970, passa a questionar os principais pressupostos da Economia Neoclássica, quais sejam: atores racionais e ausência de estrutura social (WANDERLEY, 2002). Se, na Economia Neoclássica, o mercado é visto no singular, como um mecanismo abstrato de determinação de preços, resultado das demandas de eficiência, na Sociologia, esse mesmo conceito é resultado de estruturas sociais que são construídas por interações em contextos institucionais específicos (*idem*).

Assim, podemos afirmar que os teóricos da NSE não partem da premissa da total racionalidade dos agentes sociais, antes eles compreendem suas escolhas a partir de motivações multifacetadas. No entanto, recusam posições inertes que transformam os indivíduos em “marionetes culturais” que apenas explicam os quadros da reprodução social, não havendo espaço para a margem da mudança social. “Está bem patente, na agenda da NSE, que o ator social considerado não é nem um *homo oeconomicus* maximizador das utilidades nem um *homo sociologicus* impenitente” (Marques, 2003, p.12). Segundo o autor, as escolhas dos atores existem conforme as margens dispostas pelo contexto sócio-cultural, pela disponibilidade dos recursos e ainda pelas molduras decisórias (*frames*).

O principal autor que figura entre os expoentes dessa nova vertente analítica e que participa do enfoque estrutural da concepção sociológica de mercado é Mark Granovetter. Nessa linha, a partir de um estudo sobre o mercado de trabalho nos Estados Unidos (1973), o autor sugere que o comportamento dos indivíduos e os padrões de funcionamento dos mercados de postos de trabalho são estruturados a partir de redes de relações sociais. Em um texto posterior (1985),

Granovetter sustenta sua análise ao afirmar que a ação econômica é socialmente contextualizada, uma vez que os atores sociais não agem de maneira autônoma; suas ações são imbricadas em sistemas concretos e contínuos de relações sociais, ou seja, em redes sociais. Sua análise também é estendida para o campo das instituições econômicas, como indústrias e sistemas de organização econômica. Para o autor, as instituições não se explicam em função de sua eficiência, como defendem os teóricos da Nova Economia Institucional (NEI), mas são antes construções sociais porque são definidas segundo o conteúdo e estrutura das relações sociais, pela configuração das redes sociais.⁴ Ainda que a visão estrutural suscite críticas, em particular pelo não rompimento com o pressuposto do ator interessado da Ciência Econômica e ainda pela desconsideração das normas jurídicas e morais para a consolidação da confiança nas transações econômicas (RAUD-MATTEDI, 2005), a concepção estrutural das instituições conforme propõe o autor nos é particularmente interessante para a análise da empresa e de sua legitimação social.

Autores clássicos da Antropologia e da Sociologia Econômica como Karl Polanyi, Max Weber e Émile Durkheim também se esforçaram no estudo dos fenômenos econômicos. O próprio Granovetter resgata o conceito de enraizamento social que fora desenvolvido por Polanyi em sua obra *A Grande Transformação* (1944). Nesta, o autor opõe-se à uma concepção humana de maximização dos lucros e entende que as motivações econômicas se originam no contexto da vida social. Durkheim e Weber, ao criticar a concepção de mercado como uma esfera autônoma, contrariam a teoria neoclássica, e afirmam que o mercado é socialmente construído e que, portanto, necessitam de instituições como a tradição, a moral e o direito para funcionar (RAUD-MATTEDI, 2005).

A RSE é entendida, no campo empresarial, como uma forma de se conduzir os negócios de maneira que a empresa se torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social (JACQUES, 2007). No entanto, como se pode verificar a partir de estudos no âmbito das ciências sociais, esse novo conjunto de diretrizes não nasce espontaneamente dentro dos muros da empresa. É um discurso e uma postura empresarial que reflete de uma forma mais ou menos sistemática

4 A Nova Economia Institucional é um termo cunhado por Oliver Williamson, na década de 70. A NEI é uma vertente da economia que contempla uma série de conceitos que não são abordados pela tradicional Teoria Microeconômica Neoclássica, como instituições, direitos de propriedade, custos de transação e performance econômica entre outros.

as mudanças econômicas, políticas, sociais e ambientais das últimas décadas do século XX sobre as quais as empresas foram constrangidas a se adaptar. Não se trata, portanto, de um processo que sinaliza uma renúncia das empresas transnacionais a uma lógica altruísta, negando a lógica econômica. De fato, para uma matriz economicista de análise, a RSE poderia ser lida como uma estratégia do capital para o incremento dos lucros. Mas, nesse sentido, a RSE seria apreendida de uma maneira reducionista, em uma visão simplista das relações entre o capital e a sociedade e do papel e significado das empresas na sociedade contemporânea. Portanto, o estudo dessa nova posição torna-se imprescindível para entender porque as empresas se vêem hoje compelidas a obter lucros de uma determinada maneira, em particular através da transformação de questões da agenda social e política em posturas gerenciais (BARBOSA, 2002).

Do ponto de vista histórico, o movimento pela responsabilidade social empresarial, promovido em âmbitos mundial e nacional, passa a ganhar corpo e fazer parte dos processos corporativos a partir da reestruturação do processo produtivo após a década de 70. A partir desse período, diante de um quadro crítico acentuado, o capitalismo passa a exprimir os traços de uma crise estrutural cujos elementos mais evidentes estavam associados ao esgotamento do padrão de acumulação taylorista/fordista, queda nas taxas de lucro, hipertrofia da esfera financeira, maior concentração de capitais devido às fusões entre empresas transnacionais e a crise do Estado de Bem Estar social. Soma-se a essa dinâmica as crescentes privatizações, a flexibilização do processo produtivo, dos mercados e da força de trabalho (ANTUNES, 1998).

Em particular, na última década, além das reformas estruturais, pode-se observar que a rápida liberalização da economia e a reorganização dos mercados face à globalização fizeram com que o mundo empresarial passasse a refletir sobre novos modelos de produção, gestão e regulação institucional de modo a buscar novos modelos e alternativas de legitimação de suas atividades.

Nessa dinâmica, autores do âmbito da sociologia política se questionam como surge a preocupação empresarial em combinar objetivos econômico-financeiros com princípios da ética nos negócios, com a cidadania e a preservação ambiental. Para esses autores, a responsabilidade social pode ser definida como a promoção, no ambiente de trabalho, da cidadania dos trabalhadores, a preservação do meio ambiente e da qualidade de vida da população e a associação de princípios éticos universais na busca pelo lucro e pela competitividade

nos negócios (CAPPELLIN et al., 2002). Uma das razões para essa nova postura é justamente a necessidade da empresa perpetuar-se economicamente em função das redes de troca e negociação sobre as quais se assentam os mercados. Para os autores, em decorrência da competitividade e concorrência no mundo dos negócios, a empresa não deve permanecer isolada de setores diversos da sociedade e, portanto, a organização deve aproveitar os espaços de interlocução que estão ao seu alcance. Ou seja, ela deve saber interagir com os atores sociais que atuam no seu interior, como as entidades de representação de trabalhadores e também manter e renovar a confiança e o respeito mútuo em suas relações com grupos externos, tais como fornecedores, clientes, instâncias governamentais e instituições de crédito.

Essa postura torna-se importante fundamentalmente porque, na atualidade, a empresa passa a ser questionada pela sociedade em relação ao desenvolvimento de suas funções. Nesse processo, em uma sociedade que se percebe democrática, a sociedade civil passa a ser um caixa de ressonância de princípios que regulam as práticas econômicas. Portanto, movimentos sociais distintos como as organizações sindicais, movimentos feministas e de minorias étnicas, ecológico, movimento negro, associações de consumidores e de usuários de serviços, entre outros, com suas demandas específicas, se organizam a fim de reivindicar novos critérios de convivência, que são passíveis de afetar diretamente as organizações econômicas.

Diante dessa nova dinâmica, é possível entender porque a empresa deve ser compreendida em uma lógica não mais estritamente econômica. De fato, compreender o contexto social e político no qual as empresas se inserem é determinante para essa concepção complexa da empresa. Por isso, não se pode deixar de analisar a RSE a partir das profundas transformações que atingem o mundo do trabalho, a crise das fontes de emprego, a competição internacional e a influência da sociedade civil. Enfim, uma organização econômica não pode mais ser lida a partir exclusivamente de sua produtividade, lucro, empregos e salários dispostos no mercado. Na atualidade, passa a contar na avaliação da empresa pela sociedade, sua conduta social junto aos trabalhadores, aos consumidores, à opinião pública e à comunidade onde ela está inserida, ou seja, as várias dimensões das práticas de RSE. Como relatam os autores anteriormente citados, “as empresas são um patrimônio privado, cujo desempenho passa a ser avaliado socialmente” e tal vigilância pública pode ser percebida em diversas frentes onde atuam as empresas (op. cit., p. 272).

Assim, as empresas, ao fornecerem produtos e serviços, estão

atentas às necessidades e expectativas de clientes e fornecedores que, por sua vez, integram associações de consumidores. Nessa linha, a emergência de certificações e selos de produtos qualificados como socialmente e ambientalmente responsáveis vão ao encontro desse tipo de demanda. Por outro lado, a empresa, ao ser fonte de empregos, precisa considerar as entidades sindicais e dialogar com órgãos públicos que implementam as políticas de emprego. Como uma organização social, mesmo com finalidades econômicas, a empresa não pode deixar de considerar a existência da legislação trabalhista e do meio ambiente. Nesse sentido, as empresas são objetos de demandas internas e externas a fim de proporcionar a qualidade de vida da população. Por fim, ao ser uma instituição criadora de riquezas, a sociedade espera que ela se mantenha competitiva e que gere dividendos para seus acionistas, mas que fundamentalmente, promova o desenvolvimento econômico e social do território onde atua. Essa perspectiva, presente nos autores da sociologia da empresa, parte de um viés que considera as empresas como um espaço ao mesmo tempo socializador e socializado onde suas relações sociais tendem a se fortalecer cada vez mais, tanto no seu interior, com funcionários e parceiros institucionais quanto no seu meio social exterior (KIRSCHNER, 1998; 2006, CAPPELLIN et al., 2002, CHEIBUB; LOCKE, 2002).

1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A estrutura da dissertação será dividida em três capítulos além das considerações finais. No primeiro capítulo nos esforçaremos em apresentar o contexto social e político da emergência do novo movimento pela responsabilidade social das empresas. Assim sendo, tomaremos como ponto de partida a crise fiscal do Estado e a emergência do chamado terceiro setor que inaugura uma nova concepção nos processos de assistência social no Brasil.

No capítulo seguinte, a construção do referencial teórico realiza-se a partir das considerações da sociologia econômica em contraposição a idéia de *homo oeconomicus* da teoria econômica neoclássica. A própria noção de empresa será conceitualizada segundo as concepções da sociologia econômica e da sociologia da empresa. Nesse capítulo focaremos autores da sociologia que se esforçaram para entender a RSE de maneira crítica e contextualizada.

O capítulo terceiro destina-se a apresentar as informações sobre o processo de institucionalização da RSE na organização pesquisada.

Abordaremos os documentos relativos à implementação dessa postura gerencial, os variados projetos que a empresa desenvolve, mas nos deteremos no desenvolvimento do ICM na cidade de Joinville. Apresentaremos as análises documentais e a compreensão das entrevistas em profundidade realizadas com o público envolvido nas ações de RSE da companhia, assim como pelo dirigente da entidade social.

Por fim, na seção conclusiva apresentaremos os arranjos sociais, as interações e os dispositivos sociais presentes na formulação e implementação da política de responsabilidade social da companhia.

CAPÍTULO 2

CONTEXTUALIZAÇÃO POLÍTICA DA EMERGÊNCIA E CONSOLIDAÇÃO DA RSE

No Brasil, ao longo dos anos 80, período no qual a RSE começa a ganhar maior destaque nos círculos empresariais e na mídia, a agenda política nacional foi marcada pelo tema da reforma do Estado. No final desta década, o governo de Fernando Collor dá início a uma série de medidas voltadas à redução do Estado e de rupturas com o modelo intervencionista e de industrialização substitutiva de importações dos governos militares de 1964 a 1985. Posteriormente, o governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2003) aprofundou esses esforços e, por meio das reformas constitucionais, originou-se um processo de desconstrução legal e institucional, que marcaria o caminho para a reestruturação da ordem econômica e para a reconfiguração do Estado de acordo com novos parâmetros consagrados mundialmente (DINIZ, 2001).

Nesse cenário, Cardoso (2004) observa que a crise fiscal do Estado foi a primeira mudança significativa para uma revisão das despesas com as políticas sociais que, se por um lado traria limitações aos gastos oficiais, por outro lado marcaria uma nova análise das concepções de assistência social.

Dagnino (2004) elucida que foi a partir dessas mudanças que se iniciou um projeto de Estado que busca se ausentar paulatinamente de seu papel centralizador e garantidor de direitos. Esse processo, segundo a autora, ocorre através do encolhimento das responsabilidades sociais públicas e pela transferência destas para a sociedade civil. Portanto, esse modelo de Estado está de acordo com o núcleo duro do conhecido processo global de adequação das sociedades ao modelo neoliberal produzido pelo Consenso de Washington⁵.

No entanto, convém ressaltar que no Brasil, o processo de redemocratização das décadas de 80 e 90 promovia alterações nas tradicionais relações entre Estado e sociedade.

5 O Consenso de Washington foi um conjunto de medidas e de regras pré-estabelecidas formuladas no ano de 1989 por economistas de instituições financeiras como o FMI, o Banco Mundial e o Departamento de Tesouro dos Estados Unidos para promover o ajustamento das políticas macroeconômicas de diversos países ao redor do globo. O caráter neoliberal dessas aplicações está associado às regras de disciplina fiscal, redução dos gastos públicos, privatização das empresas estatais, desregulação das leis econômicas e trabalhistas, entre outras.

Por um lado, nos deparamos com a mobilização da sociedade que buscava ampliar o espaço público a partir da criação de uma arena pública mais efetiva e com novas regras de convivência, gerando assim uma nova matriz civilizatória com princípios jurídicos institucionalizados pela Carta de 1988. Em outro âmbito, o processo de integração das economias nacionais, a partir da década de 90, alterou a construção de uma democracia baseada numa sociabilidade real, ou seja, quando os interesses sociais não mais conseguem ser processados pelo Estado. Percebe-se assim, a dificuldade enfrentada pelo Estado brasileiro em governar de acordo com as principais expectativas e tendências da sociedade, sobretudo frente ao desafio de liquidar as históricas desigualdades sociais.

Diante desse quadro, Dagnino (2004) fala de uma crise discursiva que resulta em uma confluência perversa no interior da construção democrática brasileira. Por um lado, a sociedade brasileira vivenciava um processo de alargamento da democracia, que se destacava pela criação de espaços públicos e na crescente participação da sociedade civil nos processos de discussão e de tomada de decisão relacionados com as questões e políticas públicas. A autora enfatiza que esse projeto emerge da luta contra o regime militar empreendida por setores da sociedade civil, entre os quais os movimentos sociais desempenhavam um papel fundamental.

Uma análise mais substancial sobre os movimentos sociais, que nas décadas de 70 e 80, trouxeram para a sociedade a reivindicação de direitos políticos e sociais, ultrapassa nossos limites de pesquisa. No entanto, o status reivindicatório da mobilização social e popular é válida para identificarmos as condições históricas que deram ensejo ao surgimento do terceiro setor no Brasil já na década de 1990. Teixeira (2003, p.39) aponta que diante do autoritarismo social presente nos processos governamentais da época, os movimentos sociais surgem, não por uma eventual virtude intrínseca, mas, sobretudo, pela capacidade que tiveram de proporcionar na sociedade brasileira a noção de que todos tem “direitos a ter direitos”.

Por outro lado, anuncia Dagnino (op. cit.) a partir das décadas de 80 e 90, como parte da estratégia do Estado para a implementação do ajuste neoliberal, o que se vê é a emergência de um “Estado mínimo” que se ausenta de suas funções sociais e as transfere para a sociedade civil. Boschi (2002, apud KIRSCHNER, 2006) identifica um das alterações fundamentais nesse processo, qual seja, a lógica do Estado passa agora a ser atravessada pela lógica mercantil. Portanto, o mercado interpõe-se entre as relações no interior do aparelho estatal, deste com

relação à sociedade e entre os principais atores organizados.

Assim, sob a égide do neoliberalismo, o que se vê é a participação da sociedade civil na substituição das funções de um Estado reduzido, diante da insuficiência de políticas universais de proteção social para a camada mais empobrecida da população. Para Teixeira (op.cit), as políticas de Estado de bem-estar são substituídas paulatinamente por políticas sociais liberais, onde fortalecer a sociedade civil passou a significar a sua participação na divisão da responsabilidade com o Estado nas questões sociais ficando para segundo plano o efetivo alargamento de espaços democráticos de discussão de políticas públicas.

Nessa dinâmica de enxugamento das atribuições sociais do Estado, o chamado terceiro setor surge como uma resposta para esse quadro. Notadamente, as ações promovidas por esse segmento não devem ser confundidas com as práticas filantrópicas realizados por indivíduos e empresas em todas as épocas. Embora não exista consenso sobre o termo, ele vem se caracterizando como um conjunto bastante heterogêneo de organizações, anunciadas como sem fins lucrativos e de interesse público, cujo objetivo é o desenvolvimento político, econômico, social e cultural no meio em que atuam (FALCONER E VILELA, 2001).

Percebe-se assim que as ações sociais passam a ser compartilhadas por atores sociais diversos indicando, por consequência, que a política não é mais privilégio da esfera governamental, mas é também responsabilidade dos agentes da sociedade civil e demais segmentos, como as empresas e suas fundações. Numa visão crítica, Teixeira (op.cit) esclarece que o termo “terceiro setor” encontra-se em disputa para delimitar o significado de suas ações. Por um lado, o conceito pode ser lido como uma virtuosidade na medida em que se entende que qualquer tipo de participação trás consigo, de alguma forma, benefícios para a cidadania. No entanto, salienta a autora, essa cidadania pode ser lida como uma “cidadania neoliberal”, onde o que está em jogo é a ênfase na participação dos cidadãos, na solidariedade, ao passo que as questões como a universalização dos direitos, as reflexões sobre as desigualdades sociais e as exclusões permanecem à margem das discussões públicas.

Por sua vez, Gros (2005) em um artigo revelador sobre o surgimento da RSE no Brasil, salienta que uma revisão das tradicionais políticas de assistência às populações encontra respaldo em uma nova mentalidade difundida em grande parte pelo próprio setor empresarial brasileiro. A autora aponta que o objetivo central dos argumentos

levantados por esse segmento visa desqualificar o Estado em sua capacidade para solucionar os problemas sociais e para justificar o papel atribuído à empresa privada, no fornecimento de bens e serviços para a população. Assim, de acordo com essa posição, as políticas sociais deveriam ser executadas pelo setor privado, pelos chamados “empreendedores sociais”, ao passo que ao Estado caberia a função estrita de recolhimentos dos impostos. De acordo com a autora, os empresários defendem que a solução do quadro social brasileiro advém da “contratação das instituições do terceiro setor para definir e executar a política social com eficiência e responsabilidade” e ainda que “a eficiência e a idoneidade das atividades executadas no terceiro setor seriam garantidas pela utilização de ferramentas do segundo setor (iniciativa privada), como as modernas técnicas de gestão” (GROS, 2005, p.44).

Portanto, vê-se que o quadro sócio-político da emergência do terceiro setor e, por conseguinte, da RSE no Brasil é bastante complexo e até mesmo ambivalente: por um lado, a promulgação da Constituição de 1988 carrega em seu bojo os desenhos de uma sociedade mais democrática e participativa, que busca consolidar as garantias sociais, por outro lado, a reforma do Estado e seus pressupostos neoliberais indicam que os direitos sociais universais podem estar ameaçados pela transferência junto ao setor privado.

2.1 O TERCEIRO SETOR E A LÓGICA MERCANTIL NA PRODUÇÃO DE BENS PÚBLICOS

Pode-se dizer que o tema da responsabilidade social das empresas, estritamente entendido como as ações dos atores econômicos voltadas à promoção do desenvolvimento social, inserem-se num debate mais amplo sobre o papel do chamado terceiro setor na implementação das políticas sociais.

Do ponto de vista social-liberal, Bresser-Pereira e Grau (1999) defendem que, diante da crise do modelo social-burocrático do Estado e na busca pela eficiência da administração pública, num contexto de globalização, o terceiro setor, ou setor público não-estatal, se apresenta como uma resposta viável para a execução de serviços sociais, antes garantidos pelo Estado. Os autores alegam que com a crise do modelo social-burocrático e a ascensão da globalização, novas e mais eficientes modalidades de administração pública são exigidas: “as organizações de serviço público não estatais, que operam na área de oferta de serviços de

educação, saúde e cultura com o financiamento do Estado” (idem, p. 16).

O termo público não-estatal refere-se, portanto, na interpretação dos autores, a organizações ou formas de controle públicas voltadas ao interesse geral e que não fazem parte do aparato do Estado, seja porque não utilizam servidores públicos ou porque não são realizadas pelos agentes políticos tradicionais. A expressão terceiro setor, como um sinônimo de setor público não-estatal, apresenta-se como uma terceira forma de propriedade, que não pertence às esferas privada ou pública e que enquanto produção, não se refere ao Estado, ainda que controlado por ele (idem). O terceiro setor é formado, portanto, por diversas entidades e iniciativas da sociedade civil, sendo as mais recorrentes, as organizações não-governamentais (ONGs), as fundações, os institutos e as ações filantrópicas empresariais assim como as associações comunitárias dedicadas à produção de bens e serviços públicos.

Ainda segundo Pereira e Grau (idem) trata-se, portanto, da emergência de um Estado Social-Liberal que financia organizações do terceiro setor que defendem direitos e prestam serviços de educação, saúde, cultura, assistência social a partir de uma lógica mercantil, de eficiência e que promova a competição e a flexibilidade na provisão desses serviços. O modelo de Estado vislumbrado segundo essa ótica de análise não defende somente a eficiência das atividades sociais, mas de fato, outorga para si a possibilidade real de ampliação dos direitos sociais através da ativa mobilização da sociedade civil. Se antes, o Estado atuava diretamente, contratando professores, médicos, assistentes sociais para realizar os serviços sociais, o que se busca agora é:

(...) um Estado Social-Liberal, que por sua vez proteja os direitos sociais ao financiar as organizações públicas não-estatais que defendem direitos ou prestam os serviços de educação, saúde, cultura, assistência social, e seja mais eficiente ao introduzir a competição e a flexibilidade na provisão desses serviços. Um Estado que além de social e liberal seja mais democrático, pelo fato de que suas atividades sejam diretamente submetidas ao controle social (idem, p.17).

Para Vieira (2001), o terceiro setor diferencia-se do setor público devido ao seu caráter descentralizado e desburocratizado, bem como pelo seu contato permanente com a população-alvo. Mas qual o papel da sociedade civil e das organizações do terceiro setor diante da crise do

Estado centralizador? Para Vieira (2001), o Estado neoliberal vem substituir o modelo de Estado burocrático, autoritário e centralizador. Nesse sentido, como o neoliberalismo transfere para o mercado questões sociais antes sob a responsabilidade do Estado e já que o mercado, pela sua própria natureza intrínseca, volta-se para a produção de mercadorias visando ao lucro e não à redistribuição de renda, é nas mãos da sociedade civil, do setor público não-estatal, que recai a tarefa de equacionar o encaminhamento e a solução dos problemas sociais.

A idéia de reformulação do papel do Estado nas questões sociais através de parcerias com outros atores da sociedade indica a proposta da concepção de governança (governance), principalmente nos anos 90. Para Costa (2010), o termo busca ampliar o conceito estritamente econômico da gestão pública e propõe uma visão mais abrangente que envolva as dimensões econômica, política e social, no sentido de aumentar a capacidade do governo, através da co-responsabilidade individual. Assim, de acordo com essa concepção, novas formas de solidariedade surgem, baseadas na mobilização da participação solidária e voluntária, considerada um pré-requisito das economias saudáveis (TORQUATO, 2007).

Portanto, a discussão sobre a emergência do terceiro setor na execução de serviços sociais abre um panorama de análise que vislumbra uma mudança no perfil do Estado. Esse ponto é fundamental para uma leitura da RSE que se propõe crítica e problematizada. Não se trata, portanto, de compreender as práticas sociais responsáveis das empresas de forma descontextualizada, visualizando apenas os possíveis benefícios imediatos para a comunidade onde a firma se localiza, antes a emergência dessa dinâmica empresarial, está associada à possível privatização das atividades sociais do Estado (Gros, 2005).

Paoli (2002), destaca que o contexto das idéias que dão respaldo para a emergência da ação solidária e responsável dos empresários se concentra no ideário do terceiro setor. Tal esfera, na opinião da autora, propõe um modelo de regulação social mais eficaz do que a ação tradicional do Estado. Nas palavras da autora:

A expansão do terceiro setor propõe de fato outro modelo para a resolução da questão social – centrado na generalização de competências civis descentralizadas, exercidas pelo ativismo civil voluntário em localidades específicas - e, portanto, uma outra relação com a capacidade política de concretizá-lo (PAOLI, idem, p.380).

A posição da autora mostra-se bastante crítica às propostas de Bresser Pereira e Grau (op. cit.) alegando que se trata de uma versão onde a sociedade de direitos fundamentados na solidariedade coletiva reconfigura-se em uma sociedade organizada pela ação solidária privada, transformada em responsável pela execução de serviços sociais. Da mesma forma, GOLDSTEIN (2007) afirma que o grande problema nesse contexto é justamente a desresponsabilização do governo em garantir os direitos universais, transferindo para iniciativas particulares o poder de atender as demandas e carências sociais. Assim, se tais demandas passam a ser incorporadas pela esfera privada, existe o risco de o acesso a serviços de educação, saúde e cultura, por exemplo, dependerem mais dos patrocinadores do que dos direitos universais.

Para Muller (2006) o fato das empresas constituírem fundações e institutos com identidades independentes resulta na possibilidade do empresariado poder participar como integrante legítimo do terceiro setor. Disso decorre o fato de que ao atuarem no campo da ação social, as empresas disputam a hegemonia nesse espaço através da proposição de novos conceitos e modelos para a ação social que são formulados a partir de sua própria perspectiva. Nas palavras da autora:

Mas o que há de específico no atual processo de envolvimento das empresas com a questão social é o fato das empresas e suas organizações estarem engajadas na criação e disseminação de conceitos e modelos de atuação para à resolução de problemas sociais. E o aspecto mais surpreendente desse fenômeno está nos fatos de que os conceitos, o arcabouço ideológico e as ferramentas gerenciais assim produzidos estão sendo incorporados de forma muito rápida por praticamente todo o tipo de organização, sejam elas privadas (empresas, escolas, associações, sindicatos) ou públicas (organismos estatais, hospitais, universidades), além de organizações políticas, religiosas, entidades filantrópicas tradicionais, organizações não governamentais, etc. Tudo isso aponta para a necessidade de pensarmos sobre as implicações do fato de que os significados que a sociedade atribui à noção de social, estejam cada vez mais sendo definidos a partir da ótica e de lógicas que pautam o campo empresarial (Muller, idem, p. 16).

Portanto, as organizações do chamado setor público não-estatal,

visando, em tese, o interesse público e a cidadania, passam a realizar parcerias com o Estado, perdendo por consequência, o caráter contestatório que as caracterizava na década de 1980. Dito de outra maneira, o processo de incorporação das questões sociais por parte das empresas gera a neutralização da dimensão política e do potencial contestador que elas tinham em sua origem.

Contudo, embora o papel do terceiro setor seja bastante controverso, sua expansão é sentida no Brasil e no mundo. Goldstein (2007) afirma que ao longo dos últimos 20 anos houve de fato uma verdadeira explosão na quantidade de organizações pertencentes ao terceiro setor. Em países como os Estados Unidos, Canadá e Índia, o número de ONGs aumentou mais de 50%. No Brasil, se em 1990 o número de ONGs era em torno de 250 mil, em 2006, podia-se contar com 400 mil iniciativas. De fato, o terceiro setor tem sido visto como uma alternativa de trabalho pelos analistas de recursos humanos, já que internacionalmente, é responsável por aproximadamente 8% do PIB mundial, movimentando mais de US\$ 1 trilhão (Engel, apud GOLDSTEIN, op.cit, p.25). No Brasil, as organizações do terceiro setor movimentaram, no final da década de 90, um montante correspondente a 1,5% do PIB nacional, empregando mais de um milhão de pessoas (GOLDSTEIN, idem).

Na próxima seção veremos os aspectos legais que dão respaldo a essa expansão do terceiro setor no Brasil e desenvolveremos uma análise acerca das contrapartidas que estão presentes nas ações de RSE, como os critérios de incentivo fiscal e o posicionamento do Estado em termos de financiamento público para o investimento social das empresas.

2.2 MARCO LEGAL DA RSE: LEI DAS OSCIPS, INCENTIVO FISCAL E FINANCIAMENTO PÚBLICO PARA AÇÕES SOCIAIS EMPRESARIAIS

No âmbito da responsabilidade social corporativa, as empresas podem realizar inúmeras ações sociais, as mais frequentes são ainda o apoio financeiro e institucional para Ongs e instituições civis. São atividades de patrocínio e financiamento à organizações e fundações dedicadas a desenvolver projetos na área de educação, do meio ambiente e qualificação de mão de obra, entre outros. Para Gros (2005), o fato de existir, no meio empresarial, ações que visam a solução dos graves problemas da sociedade brasileira é positivo, pois demonstra que segmentos das lideranças empresariais reconhecem que o papel social da

empresa não se limita na manutenção de empregos e salários, estendendo-se a todas as suas relações com a sociedade. No entanto, a autora frisa que os objetivos e propostas do associativismo empresarial não é homogêneo, pois neles convivem discursos e práticas bastante diferenciados, como os divulgados pelos Institutos Liberais⁶.

De fato, o tema da RSE tem surgido na maioria dos debates sobre a atuação tanto de empresas privadas, públicas e também das organizações do terceiro setor. Diante de um quadro de agravamento de problemas sócio-ambientais, o tema surge da constatação de que todos esses atores podem e devem assumir responsabilidades pelos impactos gerados por suas atividades, buscando minimizar ou eliminar seus efeitos negativos diretos e indiretos.

Não raro, empresas nacionais e de capital aberto desenvolvem e formalizam suas ações sociais por intermédio da criação de fundações e institutos voltados às atividades de interesse público. Em 1999 entrou em vigor no Brasil a Lei das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips) que constitui e impõe critérios de atuação para essas instituições. Uma das novidades dessa lei é que ela permite a remuneração de funcionários e mesmo assim mantém a isenção do imposto de renda de pessoa jurídica, da contribuição para o financiamento da seguridade social (Cofins) e da contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL). Portanto, apenas as organizações qualificadas como Oscips podem remunerar dirigentes dedicados à gestão executiva da instituição. No entanto, para que uma Ong possa receber, formalmente, o título de Oscip alguns critérios legais devem ser observados. Uma leitura mais sistemática da Lei nº 9.790 de 23 de março de 1999, nos permitiu observar que dentre esses requisitos, a elaboração e a publicação anual do balanço contábil assim como o desenvolvimento de um estatuto de fundação da entidade, constituem os procedimentos elementares para a formalização dessas entidades. A Lei 9.790, também conhecida como Lei do Terceiro Setor, é um marco na organização desse segmento no Brasil. Promulgada a partir de discussões promovidas entre governo e lideranças de organizações não governamentais, esta lei é o reconhecimento legal e oficial das Ongs, principalmente pela transparência administrativa que a legislação exige

6 Gros (2005) salienta a importância dos Institutos Liberais, ao longo dos anos 80 e 90, nas atividades políticas e ideológicas de divulgação dos preceitos do liberalismo entre as elites empresariais, políticas, jornalísticas, universitárias e militares no Brasil. A autora demonstra que tais institutos, presentes nas maiores cidades brasileiras, são fontes de conhecimento sobre temas sujeitos à regulação pública e, principalmente, formulam projetos de políticas públicas orientados pela doutrina do neoliberalismo.

(GOLDSTEIN, op.cit). No terceiro capítulo desse trabalho, veremos a ocorrência desses critérios legais quando do surgimento do Instituto Consulado da Mulher, foco empírico de nossa pesquisa.

No que tange as isenções fiscais, no Brasil, toda organização sem fins lucrativos voltada para a educação ou à assistência social é imune aos impostos sobre a renda, sobre o patrimônio e sobre serviços. A maior parte é também isenta de contribuição para o financiamento da seguridade social. Especificamente no caso da RSE, as empresas que contribuem com ações sócio-ambientais, como o apoio a projetos de Oscips, são permitidas deduções até o limite de 2% do lucro operacional, antes de computada a sua dedução. Portanto, poderão ser deduzidas do imposto devido à federação, as doações à entidades civis, legalmente constituídas no Brasil, sem fins lucrativos, que prestem serviços gratuitos em benefício dos empregados da pessoa jurídica, e respectivos dependentes, ou em benefício da comunidade onde atuem (Artigo 13, da Lei 9.249/95, combinado com a Instrução Normativa da Secretaria da Receita Federal 11/1996). Na esfera da cultura são permitidas deduções conforme propõe a Lei Rouanet e pela Lei do Audiovisual, para patrocínios concedidos a projetos aprovados previamente pelo Ministério da Cultura. Além dessas prerrogativas, os estados e os municípios costumam ter, adicionalmente, leis próprias que permitem aos patrocinadores abaterem parcelas do IPTU ou ISS. Outras deduções são previstas em lei como as contribuições realizadas aos fundos de amparo aos direitos da criança e do adolescente, controlados por conselhos municipais e estaduais. Vale ressaltar que tais doações, destinadas a programas para crianças e adolescentes, são dedutíveis do imposto de renda tanto de empresas (pessoa jurídica), no valor de 1%, quanto de pessoas físicas, até o valor de 6% do imposto devido.

Dados da pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) denominada “Ação Social das Empresas” demonstra que esse tipo de atuação do segmento empresarial vem crescendo substancialmente no Brasil. Para o estudo, o termo ação social foi compreendido como quaisquer atividades que as empresas realizam, em caráter voluntário para a comunidade, nas áreas de assistência social, alimentação, saúde e educação, incluindo desde pequenas doações eventuais à pessoas ou instituições até grandes projetos mais estruturados. Para os empregados e seus familiares, foram incorporadas como ações sociais não obrigatórias, as atividades desenvolvidas em áreas tais como saúde, educação, qualificação profissional, redistribuição de lucros e previdência complementar. Na avaliação da atuação social das empresas da região sul do Brasil, o

estudo constatou um crescimento significativo entre os anos do primeiro levantamento, 1999, e o segundo, 2004. Em 1999, 46% das empresas sulistas realizavam ações sociais em prol das comunidades. Em 2004, esse valor saltou para 67%, o que representa um crescimento de 21 pontos percentuais (PELIANO, 2006). Contudo, a pesquisa também demonstra que em 2004, do total de 600 mil empresas que realizam ações de caráter social, poucas foram motivadas pela política de benefício fiscal. Somente 2% delas valeram-se de tais mecanismos, seja porque o valor do incentivo fosse considerado pequeno, seja porque as isenções permitidas não se aplicavam às atividades desenvolvidas por elas, ou ainda, porque tais empresas não tinham conhecimento da existência dos benefícios fiscais.

Além dos incentivos fiscais, o Estado brasileiro lança, em julho de 2006, um financiamento público, através do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), para os “investimentos sociais das empresas” (BNDES, 2006). A característica principal desse tipo de linha de crédito é que ela permite que o financiamento de projetos sociais das empresas seja realizado independentemente do financiamento produtivo. Duas vertentes compõem a linha de financiamento: as ações voltadas para os funcionários da empresa, seus dependentes e familiares, empregados de fornecedores de insumos, materiais e serviços ou clientes e ações no âmbito da comunidade. Esta se subdivide em dois itens, são ações qualificadas como sendo de ambiente externo com influência local, quer dizer, ações que tenham como público alvo as populações localizadas em comunidades do entorno ou das áreas de influência geográfica das empresas e, de forma mais ampla, o ambiente macrossocial, ou seja, ações que visam segmentos da população nacional, ainda que não estejam diretamente associados aos impactos da empresa, mas que visem somar esforços com programas e políticas sociais públicas.

No caso dos projetos do âmbito da comunidade, considerado pela instituição como sendo de prioridade máxima, o financiamento apresenta taxa de juros nula sendo ainda o valor do investimento totalmente financiado. Para os projetos no âmbito da empresa, aqueles voltados aos funcionários e dependentes, o financiamento apresentará juros básico de 1% e poderá ter até 80% de seu valor total financiado. Os itens financiáveis estipulados pela linha de crédito inclui apoio às obras, aquisição de máquinas, equipamentos, serviços técnicos especializados, ações em tecnologia da informação e capacitação e desenvolvimento, difusão e ainda aplicação de tecnologias sociais que venham a aprimorar as políticas públicas. Os itens não financiáveis

estipulados pelo BNDES são aquelas ações e projetos sociais já contempladas pelos incentivos fiscais, e ainda, ações de caráter legal e obrigatório, treinamentos relacionados às atividades empresariais, aquisição de terrenos e outros bens imóveis, ações ligadas ao perfil comercial ou diretamente associado ao mercado consumidor da empresa, ações de marketing institucional ligadas a causas sociais e campanhas e, por fim, o custeio de atividades e benefícios adicionais voltados aos funcionários que tenham caráter permanente e que possam ser caracterizados como política de recursos humanos, tais como, plano de saúde, previdência, seguros, auxílio moradia e de escola, entre outros.

Uma conclusão importante que se pode empreender a partir da criação da Lei das Oscips, dos critérios de benefício fiscal assim como o surgimento de financiamento público para ações sociais no âmbito empresarial é que o Estado brasileiro vem contribuindo fortemente para a promoção da temática da RSE, regulando e impondo critérios de observância sobre tais práticas. Assim, não se trata de compreender as ações sociais responsáveis das empresas a partir de uma motivação única e exclusivamente relacionada ao campo empresarial, em sí, como um mecanismo de validação de sua atividade produtiva, mas antes refere-se às relações entre empresa, sociedade civil e governos e de como este favorece as ações de RSE que, em tese, visam o desenvolvimento da sociedade brasileira. Na seção seguinte, vamos verificar os processos históricos que deram ensejo à temática, ficará mais claro, portanto, como a antiga filantropia empresarial, baseada em ações pontuais e de caráter altruísta, se configuram em ações programadas e sistemáticas de apoio ao desenvolvimento social, agora incorporados à lógica do planejamento “estratégico” das empresas. Em outras palavras, vamos tentar elucidar as relações que vem se estabelecendo entre empresas (e, portanto, sua gestão de negócios) e a agenda sociopolítica das sociedades contemporâneas.

2.3 ASPECTOS HISTÓRICOS, POLÍTICOS E INSTITUCIONAIS DA RSE

As práticas sociais das empresas, como ações filantrópicas e campanhas em prol de causas urgentes, não são eventos recentes na sociedade brasileira e no mundo. Porém, o surgimento da RSE como práticas sistemáticas de apoio ao desenvolvimento social somente emergem em âmbito mundial a partir da década de 60 e no contexto brasileiro a partir dos anos 80 e principalmente nos anos 90.

Pode-se perceber que nos Estados Unidos e na Europa, a origem dessas ações está diretamente associada às pressões de setores da sociedade por uma transformação na atuação corporativa tradicional, como uma crítica na maneira de se conduzir os negócios, direcionados apenas para fins de lucratividade.

Na União Européia, a evolução do tema está diretamente associada às iniciativas de instâncias multilaterais como forma de estimular o setor empresarial a agir positivamente frente à atual crise de desemprego (CAPPELLIN et al, 2002).

Especificamente no Brasil, a prática da RSE surge em virtude de múltiplos fatores que, para Gros (2005) vão desde o enxugamento do gasto público na área social e as iniciativas de terceirização desses serviços pelo Estado assim como pela própria conjuntura, de agravamento da pobreza e das desigualdades sociais, até por pressões de órgãos internacionais para aliar o sucesso empresarial com uma conduta socialmente responsável.

Nessa seção, objetivamos discutir a emergência das práticas de responsabilidade social no mundo e no Brasil a partir de uma abordagem histórica para mostrar como as relações sociais influenciam as instituições econômicas no desenvolvimento de suas práticas mercantis e no estabelecimento de suas ações de responsabilidade social e ambiental, como por exemplo, o papel dos consumidores, das instituições da sociedade civil e dos Estados nacionais.

2.3.1 Evolução da RSE no mundo: do nascimento das primeiras ações à consolidação da temática

Antes de avaliarmos as especificidades da construção da RSE no âmbito brasileiro, faremos algumas considerações sobre o surgimento e o posterior desenvolvimento das práticas sociais corporativas em âmbito global. Notadamente nos limitaremos a buscar a origem das práticas socialmente responsáveis das empresas e as iniciativas que se consagraram vitais para o fortalecimento da temática no interior de um contexto social e político marcado pela valorização dos princípios neoliberais e de internacionalização das empresas.

Nos Estados Unidos da América o debate sobre a ética e a responsabilidade dos dirigentes de empresas abertas veio à tona com o julgamento do caso Dodge *versus* Ford no ano de 1919. O caso tornou-se emblemático visto que o então presidente e acionista majoritário da companhia, Henry Ford, decidira agir de modo a contrariar os interesses

dos demais acionistas. Anos antes, Henry Ford, alegando objetivos sociais, decidiu não distribuir parte dos lucros, revertendo-os para investimentos na capacidade de produção fabril, aumento de salários e fundos de reserva. A Suprema Corte de Michigan foi favorável aos Dodges, justificando que a corporação existe em favor de seus acionistas e que os dirigentes corporativos possuem autonomia somente quanto aos meios para alcançar tal fim, não podendo utilizar os lucros para outros objetivos. Na década de 50, outro caso emerge na disputa sobre a competência social das companhias. O caso *A. P. Smith Manufacturing versus Barlow* obteve uma interpretação favorável da Suprema Corte de Nova Jersey, que entendeu como legítima a doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariamente aos interesses de um grupo de acionistas. A partir dessa iniciativa, a justiça norte-americana determinou que uma corporação pode buscar o desenvolvimento social, estabelecendo em lei a filantropia corporativa (ASHLEY, 2006.)

A partir desses fatos marcantes, começou-se a discutir, no meio empresarial e acadêmico a importância e a legitimidade da RSE através das ações de seus dirigentes e administradores. Observa-se que desde as primeiras iniciativas associadas à RSE, colocou-se em debate a visão tradicional de empresa, como uma entidade focada exclusivamente na rentabilidade e lucratividade para fins privados.

Nos Estados Unidos, a partir da década de 60, diversos movimentos sociais passaram a contestar a autonomia das corporações, ocasionando uma crise em relação à sua independência e seu autogoverno. A introdução do lema da RSE neste país foi promovida por meio de pressões políticas e pelas críticas públicas aos negócios das grandes corporações. Cappellin e Giffoni (2007) esclarecem que fatos como as reivindicações pelos Direitos Civis, o repúdio à Guerra do Vietnã (1964-1973), o monitoramento das Igrejas Católica e Protestante no controle das empresas americanas no exterior, mas também o esforço de setores empresariais em politizar o gerenciamento das empresas, mostraram-se vitais para o debate sobre o papel da empresa e de sua responsabilidade social. Tais conjuntos de demandas sociais e a influência de várias instituições no monitoramento do comportamento empresarial evidenciam que uma vasta rede de atores sociais se esforçava em reverter a autonomia e a autoridade da empresa, como centro de interesses econômicos.

Ainda na década de 50, o boicote da população negra aos serviços de transporte público na cidade de Montgomery, no estado de Alabama (EUA), tornou-se emblemático por marcar o início da pressão política, incentivada pela influência dos consumidores, cujas consequências

econômicas promoveram mudanças no comportamento das empresas. Em seguida, outros boicotes e piquetes em cerca de 140 municípios fizeram parte dos eventos políticos que resultaram no Ato dos Direitos Civis de 1964. Soma-se a esse quadro as exigências feitas às empresas para a incorporação de funcionários negros em seus quadros de trabalho. Como consequência desses fenômenos políticos, mais de 30 empresas geraram cerca de cinco mil vagas de empregos direcionados à população negra dos EUA. De acordo com Cappellin e Giffoni (*idem*) esses fenômenos são alguns dos exemplos que introduzem a noção de que as empresas devem elevar a qualidade de vida nas cidades e integrar a população negra no mercado de trabalho.

O envolvimento de grandes empresas norte-americanas na produção industrial de armamentos, durante a Guerra do Vietnã, foi outro fator central de críticas e manifestações políticas por parte de setores da sociedade civil norte-americana, como o movimento estudantil universitário. De fato, o repúdio da população a esse conflito gerou um movimento de boicote à aquisição dos produtos e das ações na bolsa de valores de empresas que, de alguma forma, estavam ligadas ao conflito bélico na Ásia. Diversas instituições da sociedade civil, como igrejas e associações, passaram a denunciar o uso de armamentos de extermínio em massa que dizimavam comunidades inteiras e afetavam negativamente o meio ambiente. Torres (*s/d*) esclarece que a Guerra do Vietnã provocou além de um desgaste político do governo norte-americano, uma aversão social das empresas que se beneficiavam economicamente do conflito.

Assim, devido às diversas pressões de segmentos mais organizados da sociedade norte-americana, que exigiam uma postura mais ética e um novo tipo de ação empresarial em relação às questões sociais e ambientais, algumas empresas passaram a rever suas práticas e a forma de se relacionar com funcionários, consumidores e meio ambiente e passaram, efetivamente, a prestar contas anualmente de suas ações sociais e ambientais, como forma de justificar-se. Essa nova postura era uma forma de buscar uma transformação positiva na imagem das companhias perante consumidores, acionistas e sociedade em geral (TORRES, *idem*).

Portanto, a partir desses acontecimentos surgem, no interior do campo empresarial, procedimentos oficiais para informar à sociedade e tornar pública as ações sociais politicamente corretas, os denominados Relatórios de Atividades Sociais ou Balanços Sociais. Ainda que esses documentos tenham surgido nos EUA, não houve naquele país uma legislação que tornasse obrigatório as empresas a realizarem anualmente

esse tipo de documento. Foi na França, porém que se instituiu a obrigatoriedade da elaboração do balanço social: o *bilan social* francês.

Na Europa e mais especificamente na França, a partir da década de 70, as empresas passaram a se perceber como atores responsáveis e dependentes das relações estabelecidas com a sociedade. Em 1977 foi aprovada naquele país a Lei nº 77.769 que tornava obrigatória a publicação anual de um balanço social para todas as empresas com mais de 700 funcionários e em 1982 esse procedimento estendeu-se para as empresas com mais de 300 funcionários. Esse documento objetiva reunir informações sobre a situação da empresa quanto ao emprego, remuneração, condições de higiene e de segurança no trabalho, formação, relações profissionais e outras condições de vida dependentes da empresa (KARKOTLI e ARAGÃO, 2004). Essa mudança na forma de comunicação organizacional também foi resultado de demandas por parte da sociedade, como as pressões sociais ocorridas após o movimento estudantil de maio de 1968. Assim, o Balanço Social Francês passou a integrar as já tradicionais demonstrações financeiras e contábeis como forma de divulgação das condições sociais no universo do trabalho. Na seqüência, outros países passaram a exigir de suas empresas, através de legislação própria e de forma obrigatória, a elaboração desse documento, como a Bélgica, a partir de 1986 e Portugal, na década de 90.

No contexto mais recente dos acontecimentos envolvendo a reputação corporativa, pode-se ressaltar algumas manifestações da sociedade em detrimento de algumas empresas que sofreram denúncias nos meios de comunicação, recebendo o título de não responsáveis ou não éticas. É o caso de empresas acusadas de, entre outras questões, destruição do meio ambiente e de utilização de matérias-primas que vão na contramão da preservação da vida no planeta; violação dos direitos humanos, utilização de mão-de-obra escrava ou à falta de liberdade associativa, exploração da miséria de determinados povos ou ainda, exploração da mão de obra de crianças e jovens. A literatura aponta dois exemplos emblemáticos dessa questão: o caso da companhia de petróleo Shell, na Nigéria, em 1995, e o da marca de material esportivo Nike, durante a Copa Mundial de Futebol, em 1998, na França.

A empresa anglo-holandesa Royal Dutch Shell enfrentou um expressivo boicote dos consumidores nos EUA, na segunda metade da década de 90, por denúncias de envolvimento em crimes de tortura e homicídio de lideranças da Nigéria que, por questões ambientais e étnicas, eram contrárias à permanência da empresa naquele país (TORRES, s/d). A Nike, por sua vez, com sua cadeia de produção

segmentada em diversos países, envolveu-se em denúncias de utilização de mão-de-obra infantil e desrespeito à legislação trabalhista de países da Ásia. Entidades de defesa dos direitos humanos apontaram que os materiais esportivos utilizados nos jogos da Copa da França eram fabricados por crianças da Indonésia, em condições subumanas. A associação norte americana “Justice! Do it Nike!” iniciou um boicote à empresa porque suas filiais, no Vietnã, operavam em um regime laboral de 65 horas semanais, indo contra a legislação trabalhista daquele país. Como decorrência dos fatos, nos meses subseqüentes, a imprensa anunciou os problemas econômicos enfrentados pela empresa como a diminuição das vendas dos produtos da marca, assim como queda das taxas de lucro e no preço das ações da companhia (TORRES, idem; IDEC, 1999).⁷ Atualmente ambas as empresas divulgam suas práticas de investimentos sociais através de seus relatórios de sustentabilidade, como forma de legitimar suas atuações nos mercados.

3.3.2 A União Européia e a RSE no combate à exclusão social

A União Européia (UE) passa a debater e a criar diretrizes para o tema da RSE a partir da década de 90, quando um grupo de vinte empresas assinou o documento “European Business Declaration against Social Exclusion”.

O evento se dá diante de um quadro social crítico - 17 milhões de desempregados, 53 milhões de pessoas vivendo abaixo da linha da pobreza e de 3 a 5 milhões sem condições adequadas de moradia. O documento esclarece que essa situação não se deve a problemas ou falhas individuais mas sim às mudanças econômicas, tecnológicas e sociais que ocorrem pela Europa. A fim de prevenir e combater a exclusão social necessita-se, portanto, de um esforço prático em razão da coesão social, justiça e responsabilidade. Para tanto, o envolvimento de vários segmentos da sociedade se faz necessário, conforme o texto: “Prevenir e combater a exclusão exige esforços e envolvimento de todos os lados: os próprios interessados e também as autoridades nacionais, regionais e locais, associações de solidariedade social, organizações não-governamentais, parceiros sociais e empresas” (UNIÃO EUROPÉIA, 1995). O escopo principal do documento é fazer com que as empresas renovem sua finalidade, qual seja, serem fontes de

⁷ Fonte: < <http://www.idec.org.br/consumidora/arquivo/mar99/notas.htm> > acesso em 09/11/2009.

empregos. De forma clara, o texto aponta que ao prevenirem a exclusão social, as empresas podem elevar a sua produtividade e suas metas de lucratividade. A adesão ao compromisso no combate à exclusão social levou mais de cinquenta empresas de quinze países europeus a assinarem o ofício, ao longo dos anos 90. No entanto, esse círculo de debates e mobilizações não deteve a onda de demissões que ocorreram no final da década de 2000, por ocasião das conseqüências da crise do sistema financeiro norte-americano que se alastrou para a Europa.

Durante o Fórum Econômico de Davos (Suíça), no final da década de 90, o então secretário geral das Nações Unidas Kofi Annan, valeu-se do encontro que reúne lideranças políticas e empresariais, para propor uma parceria entre as Nações Unidas, Organizações não-governamentais e empresas para “dar uma face humana à globalização”. Assim, foi lançado oficialmente o Pacto Global (Global Compact) com o objetivo de promover a adequação das políticas e práticas empresariais com valores e metas acordados mundialmente que constam na Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), na Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho (1998), na Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1992) e na Declaração de Copenhague (2004) que se refere ao combate da corrupção. De fato, o Pacto Global é um acordo de livre adesão por parte das empresas e que tem por finalidade principal disseminar a prática de dez princípios no âmbito empresarial internacional. Os temas contemplados são: proteção aos direitos humanos, liberdade de associação no ambiente laboral, abolição do trabalho forçado e do trabalho infantil, eliminação da discriminação no ambiente de trabalho, promoção da responsabilidade ambiental e o combate à corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e proprinas. Tais diretrizes são, muitas vezes, válidas para a elaboração dos programas de RSE, em particular das organizações transnacionais.

Dando seqüência ao movimento pela RSE, no ano 2000, na ocasião do “Encontro de Lisboa”, há uma ampliação das entidades envolvidas nesse debate. Nessa reunião, a Comissão Européia, o primeiro ministro da UE e a primeira direção da rede empresarial CSR *Europe* (Responsabilidade Social Corporativa) se comprometeram a elaborar um atualizado programa de metas para 2010. O principal desafio para as empresas européias é justamente saber articular excelência e sustentabilidade do desenvolvimento econômico, expansão e melhoria dos empregos e o aumento da coesão social (CAPPELLIN E GIFFONI, 2007).

A Comissão Européia, instituição que representa e defende os

interesses da União Européia, ao editar em 2001 o Livro Verde, cujo título é *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*, passa a divulgar diretrizes sobre a temática. De acordo com a instituição, a RSE é "a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas" (UNIÃO EUROPEIA, 2001).

A Organização das Nações Unidas (ONU), no ano 2000, organizou um evento chamado Cúpula do Milênio no qual 189 países integraram um acordo com o objetivo principal de combate à pobreza e a fome no mundo. Surgia assim a "Declaração do Milênio" que viria a influenciar políticas públicas e ações de responsabilidade social ao redor do mundo, principalmente em países em desenvolvimento como o Brasil. O pacto estabeleceu oito metas, os chamados objetivos do milênio, que deveriam fundamentar a base da administração pública federal, estadual e municipal com o objetivo de promover o desenvolvimento econômico e sustentável. Como metodologia para a consecução das metas, a ONU propõe o estabelecimento de parcerias entre o poder público, as empresas e a sociedade civil.

Os Objetivos do Milênio foram definidos e listados segundo oito principais categorias:

- 1 – Acabar com a fome e a miséria;
- 2 – Educação básica e de qualidade para todos;
- 3 – Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres;
- 4 – Reduzir a mortalidade infantil;
- 5 – Melhorar a saúde materna;
- 6 – Combater o HIV/AIDS, a tuberculose e outras doenças;
- 7 – Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente;
- 8 – Todos trabalhando pelo desenvolvimento.

Recentemente a discussão sobre a RSE adentrou o patamar das normalizações. A proposta de elaboração de uma norma internacional voluntária em responsabilidade social, a chamada ISO 26000, reuniu equipes de dois países distintos: Suécia e Brasil. A Associação Brasileira de Normas Técnicas coordenou os trabalhos no Brasil e periodicamente ocorrem reuniões para a discussão dos tópicos que integram a proposta. Como resultado de discussões preliminares, a ABNT lançou a norma nacional de responsabilidade social para empresas e organizações da sociedade civil, a norma ABNT NBR 16000. Até meados de 2010 a norma ISO 26000 não havia sido publicada, em parte por conta dos dissensos envolvendo o escopo da

norma (SCHERER, 2007).

3.3.3 A emergência da RSE no Brasil

No cenário nacional, a origem das práticas de responsabilidade social das empresas remonta a década de 40 com o conjunto de entidades empresariais conhecido como “Sistema S”. O objetivo dessa iniciativa consiste em desenvolver serviços sociais autônomos e serviços nacionais de aprendizagem, atendendo trabalhadores de diversos ramos da economia. De fato, as entidades surgem no bojo da promulgação da Constituição que garantia e ampliava os direitos trabalhistas, pós governo Getúlio Vargas. Era um período de rápida industrialização e desenvolvimento econômico, seguido de êxodo rural para os centros urbanos. O surgimento de um serviço social em benefício do trabalhador foi encabeçado pelos dirigentes industriais e mantido exclusivamente com a contribuição patronal (GOLDSTEIN, 2007). A função da iniciativa na época era melhorar as condições da população que migrava do campo e não encontrava infra-estrutura suficiente nas cidades assim como disponibilizar cursos para a formação da mão-de-obra necessária. Foi na década de 40 então que surge no Brasil o Serviço Social do Comércio (Sesc) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac), ambos criados com a mesma finalidade, para trabalhadores da indústria e seus familiares. A criação do Serviço Social da Indústria, o Sesi, pelos empresários Roberto Simonsen, em São Paulo e Euvaldo Lodi, no Rio de Janeiro, também remonta à década de 1940 e demonstra a preocupação da classe patronal pela melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores. As atividades da entidade desde a origem incluíram a prestação de serviços em saúde, educação, lazer, cultura, nutrição e promoção da cidadania.⁸ Foram os mesmos empresários que encabeçaram a criação do Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – preocupados em formar mão de obra especializada para compor a classe trabalhadora na nascente indústria de base. Atualmente, a rede formada pelo sistema de cursos do Senai promove mais de dois mil cursos para trabalhadores da área da indústria e realizou mais de 45 milhões de matrículas desde o ano de sua fundação, em 1943.⁹

Na década de 60, entidades empresariais associadas ao pensamento religioso progressista deram início a uma série de críticas

8 Fonte:

<<http://www.sesi.org.br/portal/main.jsp?lumChannelId=8A81818B146A9BCF01146AC23EDD2B39>> acesso em 05 set 2010.

9 Fonte: < http://www.senai.br/br/institucional/snai_his.aspx> acesso em 05 set 2010.

com relação às atitudes conservadoras das empresas, marcadas por comportamentos autárquicos e autoritários. Assim, valores e princípios associados à ética passaram a ser introduzidos e incorporados às práticas empresariais. Cappellin e Giffoni (op.cit) mapeiam duas entidades fundamentais nesse processo: a Associação dos Dirigentes Cristão de Empresas do Brasil (ADCE – Brasil), fundada em 1961, e mais tarde, em 1986, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides).

A publicação, em 1965, pela ADCE da “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas” já se valia do termo responsabilidade social das empresas na medida em que estimulava um debate acerca do papel social dos empresários. Portanto, diante de quadro de crises econômicas e desigualdades sociais, esse documento alertava para a ausência da moral cristã e da justiça social no regimento das instituições econômicas. Ao empresariado caberia, além da busca pelo lucro como um estímulo para a atividade econômica, o dever de servir à sociedade em que estava atuando. A empresa, nesse sentido, é apreendida como um espaço de integração social, um lócus de convivência social.¹⁰ A entidade foi a pioneira no Brasil a lançar o debate sobre a importância do Balanço Social para a legitimidade das ações sociais empresariais, contudo, a primeira publicação só ocorreu em 1984 com a empresa Nitrofértil, seguida pelo balanço do Banco do Estado de São Paulo (Banespa), em 1992.

Na década de 80, a Fides em parceria com a ADCE, passou a difundir uma visão mais humanista da empresa e promover sua relação com a sociedade. A organização sem fins lucrativos, de caráter educativo e cultural, surgiu a partir da reunião de empresários e dirigentes de empresas dos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Bahia, Minas Gerais e Rio de Janeiro, com o objetivo de promover pesquisas, eventos e atividades educativas que gerassem um aperfeiçoamento das práticas de responsabilidade social. Atualmente, a instituição elabora e distribui publicações dirigidas à comunidade empresarial, sindicatos e membros do poder público com o objetivo de divulgar o pensamento social cristão para o desenvolvimento das práticas empresariais. Para as autoras, o discurso pela responsabilidade social no Brasil originou-se e desenvolveu-se, portanto, a partir de iniciativas ligadas a associações empresariais de caráter religioso e que buscavam, inicialmente, conquistar a legitimidade na sociedade ao introduzir valores éticos nas orientações empresariais (Cappellin e

10 Fonte: < <http://www.adcesp.org.br/cprincípios.htm> > acesso em 30 de mai 2009.

Giffoni, *idem*).

Convém ressaltar que esse cenário surge como resultado de um novo processo em andamento no Brasil, fruto da abertura econômica. Esse novo ambiente, muito mais dinâmico e competitivo faz com que se instaure novas relações entre empresas e sociedade.

Como resultado dessas novas relações surge, na década de 80, um grupo de jovens empresários, dissidentes da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), que viriam a criar o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE). Em meio à reordenação ideológica empresarial, essa associação passou a propor iniciativas associadas com a nova ordem política e econômica, que envolve a redemocratização e a abertura econômica. O PNBE passou a apresentar uma forte inclinação para a ação social e uma nova postura frente ao sistema político.

Segundo Costa (2006), o PNBE se estruturou por duas vias: ora como uma ONG de serviços sociais, ora como uma associação política com demandas dirigidas ao poder público, dialogando com o Estado e com os trabalhadores. Já na década de 90, alguns membros da entidade vão criar a Associação Brasileira da Indústria de Brinquedos (ABRINQ) tendo como base a nova Constituição de 1988, o Estatuto da Criança e do Adolescente (1990) e as recomendações da Convenção Internacional dos Direitos da Criança. A ABRINQ tem como objetivo a elaboração e desenvolvimento de projetos sociais relativos à infância, buscando sensibilizar as empresas para esta atuação (COSTA, *idem*).

Ainda na década de 80, demais entidades empresariais participam da reflexão sobre a RSE, como a Câmara Americana de Comércio de São Paulo (AMCHAM). O Prêmio Eco-Empresa e Comunidade foi instituído pela associação com o objetivo de reconhecer e divulgar esforços realizados por empresas que desenvolvessem projetos sociais para a promoção da cidadania em cinco temáticas: cultura, educação, participação comunitária, educação ambiental e saúde. No final do decênio, um grupo de empresários associados à essa associação formalizou um subcomitê de filantropia que em 1995 resultou no GIFE – Grupo de Instituições, Fundações e Empresas. Em 1999, a entidade já contava com oitenta organizações, sendo considerado, durante a década de 90, como uma das instituições de maior atuação em relação à promoção da RSE no Brasil (TORRES, *s/d*). O objetivo da iniciativa, presente na atualidade, é instrumentalizar e qualificar tecnicamente as empresas, as fundações empresariais e os indivíduos para que os investimentos sociais sejam realizados de modo planejado, seguindo uma lógica racional de critérios, de modo a se tornarem benefícios efetivos para a sociedade e contribuindo para o desenvolvimento social.

Os investimentos realizados podem, inclusive, ser passíveis de deduções fiscais. O Governo Federal indica que as empresas tributadas em regime de lucro real, (i.e. cuja receita bruta total seja superior a R\$ 48.000.000,00) podem deduzir até 2% do lucro operacional bruto em doações, desde que destinadas a entidades sem fins lucrativos, pela Lei das OCIPS, nº 9.790/1999 ou a entidades declaradas como de utilidade pública, pela Lei nº 35/1991 (GOLDSTEIN, op. cit).

O segundo momento da RSE, já na década de 90 e início dos anos 2000, foi marcado pelas iniciativas dos empresários ao atuarem diretamente em programas de filantropia assistencial. Nesse período, percebe-se uma ampliação da agenda de RSE, onde as doações de recursos eram realizadas para projetos e programas sociais voltados para populações em situação de pobreza.

Por outro lado, no âmbito da esfera trabalhista, o cenário empresarial nacional da época foi marcado por uma reestruturação das firmas, onde elas buscavam aumentar sua competitividade no mercado internacional. Nessa nova dinâmica, associa-se as propostas de responsabilidade social da empresa com medidas para redução de custos de produção, aumento de vantagens competitivas, administração de riscos e a elevação na reputação das empresas. Soma-se a esse quadro, a repercussão em nível mundial, de indicadores sociais, como os acidentes de trabalho, trabalho infantil e trabalho forçado, que colaboraram para uma construção negativa na imagem do empresariado nacional perante o mundo, o que gerou o envolvimento dos empresários com áreas específicas, associadas à redução da pobreza, violência, educação e proteção ao meio ambiente. Nesse sentido, as empresas buscaram na responsabilidade social, uma estratégia mais ampla de legitimidade junto à sociedade, já que eram consideradas por muitos como responsáveis pela concentração da riqueza e pelo caráter cada vez mais especulativo dos investimentos financeiros. Portanto, a responsabilidade social das empresas marca uma posição compensatória frente à instalação de um mercado flexível e de desregulamentação de custos de mão-de-obra e os empresários utilizam-na para obter a confiança dos trabalhadores perante um quadro de fusões e reestruturações e, sobretudo, consolidar a fidelidade dos consumidores e a aceitação da sociedade em geral (CAPPELLIN E GIFFONI, 2007).

Ainda no dos anos 90, uma nova conjuntura política no Brasil, de descentralização das políticas de educação, transportes, saúde e meio ambiente associados à criação do Estatuto da Criança e do Adolescente, do Código de Defesa do Consumidor e a lei federal de incentivo fiscal aos investimentos de apoio à cultura permitiram uma nova orientação

para os programas sociais realizados pelos empresários. Durante o governo Fernando Henrique Cardoso verifica-se a ampliação de parcerias entre Estado e sociedade, permitindo o desenvolvimento do chamado Terceiro Setor, inspirado no modelo norte-americano. Nessa época, muitas empresas nacionais e multinacionais estimularam essa política ao estabelecerem fundações próprias e financiarem organizações sem fins lucrativos e também ao institucionalizar departamentos de responsabilidade social no interior das companhias. Também nessa época, mais empresas passaram a publicar seus balanços sociais motivadas pela criação do Selo do Balanço Social, iniciativa do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), entidade criada em 1981 pelo sociólogo Herbert de Souza, em parceria com o Jornal Gazeta Mercantil. Atualmente, a publicação do relatório vem sendo realizada voluntariamente por muitas empresas em vários estados nacionais, embora só tenha caráter obrigatório na cidade de São Paulo, para empresas privadas com mais de 100 funcionários, regulamentado pelo Projeto de Lei nº 3.116/1997.

O surgimento da organização Instituto Ethos em 1998, patrocinada por mais de 400 empresas, foi um marco importante no desenvolvimento e divulgação do papel social dos empresários no Brasil. A partir dessa entidade, a comunidade empresarial nacional passa a estabelecer parcerias com grupos afins, como o Business for Social Responsibility (BSR), o Instituto Kellogg, o International Business Leaders Fórum e o United Nations Global Compact. O foco da RSE, segundo o Instituto Ethos, é elevar a capacidade das empresas em realizar investimentos que promovam as redes sociais e econômicas, disseminar o conceito para seus stakeholders, além de estimular a divulgação de uma imagem de empresa enquanto um ator civilizador das condições da comunidade em que se insere. Para tanto, a entidade visa promover a divulgação de ferramentas, como os relatórios de sustentabilidade, guias de balanço social e indicadores sociais, com o objetivo de auxiliar as empresas a analisar suas práticas de gestão e desenvolver mais sistematicamente o compromisso com a RSE.

O final da década de 90 foi marcado também pelo surgimento no Brasil, do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), um grupo que integra as maiores empresas presentes no Brasil, com faturamento correspondente a 40% do PIB nacional. A iniciativa está voltada para a difusão da sustentabilidade econômica, ambiental e social dos empreendimentos econômicos e atua em rede com demais iniciativas internacionais como World Business

Council for Sustainable Development (WBCSD)¹¹. Nacionalmente, o grupo atua em parceria com universidades, ongs e governo para defender os interesses específicos de seus associados além de incentivar a construção de políticas para o desenvolvimento sustentável. Para tanto, a entidade integra instâncias de políticas governamentais como a Comissão de Política de Desenvolvimento Sustentável e Agenda 21, Grupo Institucional de Produção mais limpa, Fórum Brasileiro de Mudança Climática Conselho de Gestão do Patrimônio Genético, Fórum de Competitividade e Biotecnologia e outros órgãos que operam em nível ministerial.

Em contrapartida, surgem iniciativas voltadas para a difusão de práticas sustentáveis no âmbito dos consumidores. O Instituto Akatu para o consumo consciente surgiu no ano 2000 com o objetivo de gerar uma mudança de valores no comportamento dos indivíduos para que se tornem mais atuantes na valorização de empresas e dos produtos socialmente e ambientalmente responsáveis. A entidade atua em duas frentes, através da comunicação de práticas e atitudes de consumo consciente, via site e demais publicidades e através de ações educativas desenvolvidas em empresas, ongs, comunidades e instituições escolares.

Assim, vê-se que o processo de consolidação da RSE no Brasil está intrinsecamente associado a uma cobrança por parte da sociedade organizada, interesses pessoais de alguns empresários, novos modelos de desenvolvimento e retirada do Estado de setores tradicionais de atuação, novas práticas corporativas e uma nascente renovação do pensamento empresarial. O cenário brasileiro é fortemente marcado pela iniciativa empresarial em organizar e manter redes sociais e empresariais, por meio de fóruns de discussão, associações e entidades que fomentam a prática da RSE. O papel dessas redes é, sobretudo, a difusão de ferramentas para a gestão da RSE, como os relatórios de sustentabilidade e balanço social além de serem meios de divulgação das práticas sociais dessas companhias e mais recentemente, vemos a relação entre associações de empresas que visam a sustentabilidade com instâncias governamentais.

¹¹ A sigla WBCSD corresponde a uma rede mundial de cerca de 200 empresas que debatem e propõem temas, experiências e, principalmente, defendem suas posições em relação às questões de desenvolvimento sustentável e práticas empresariais. O grupo articula suas propostas a partir da inter-relação entre empresas, ONG's e instituições inter-governamentais. Para mais informações é possível conhecer a iniciativa a partir do site: <http://www.wbcd.org>

CAPÍTULO 3

REFERENCIAL TEÓRICO

A sociologia econômica como um campo de conhecimento das Ciências Sociais, objetiva estudar os fenômenos econômicos como fatos sociais, valendo-se dos instrumentos metodológicos e abordagens da sociologia. Na sociologia econômica, conceitos como os de estrutura social, normas e interação social e ainda métodos de pesquisas como as entrevistas e a observação participante são largamente utilizados. Para Steiner (2006) o foco analítico da sociologia econômica é constituído pelo estudo da construção social das relações de mercado assim como a origem histórica dos fenômenos econômicos. Ainda que a sociologia econômica e a economia compartilhem os fenômenos econômicos como objetos de análise, esta utiliza o método abstrato-formal, enquanto a sociologia econômica utiliza a abordagem histórica, empírica e o método indutivo.

De fato, se apresentarmos, ainda que brevemente, a concepção da análise sobre o mercado entre essas duas áreas de conhecimento, poderemos obter uma boa compreensão da proposta da abordagem sociológica dos fenômenos econômicos.

Na ciência econômica, o mercado é apreendido como um ponto de equilíbrio entre a oferta e a procura, resultado da ação independente, soberana e atomizada de indivíduos que não mantém qualquer tipo de relação duradoura uns com os outros. Nesse sentido, o mercado é apreendido no singular e funciona sem nenhum entrave ou constrangimento, moral, religioso ou legal (STEINER, idem).

A sociologia econômica, por sua vez, propõe a existência das relações sociais como fator estruturante das trocas entre os atores presentes nos mercados. Os mercados são estruturas sociais, formas mais ou menos permanentes de interação, onde os indivíduos estabilizam seus laços sociais e submetem-se a recompensas e sanções (WANDERLEY, 2002). Portanto, a Sociologia Econômica busca mostrar que as ações econômicas não podem ser compreendidas fora do contexto social e das próprias regras sociais, para além das regras econômicas, tais como a perspectiva de maximização de lucros.

Compreender os fenômenos econômicos inseridos no contexto social permite à abordagem da Sociologia Econômica trazer para o centro da análise as particularidades históricas e sociais de onde os mercados e as instituições econômicas emergem e se desenvolvem. Como assinalam Martes, Durant e Abramovay (2006), os mercados e as

demais instituições econômicas são ancorados nas relações sociais e nas regulações públicas, razão pela qual se pode compreender a influência dos preceitos e exigências éticas para os seus estabelecimentos. Nesse sentido, a abordagem sociológica dos fenômenos econômicos possibilita uma perspectiva bastante promissora para o entendimento crítico de alguns temas mais contemporâneos como a responsabilidade social das empresas, tema de nossa reflexão.

Nessa seção, intencionamos apresentar o referencial teórico que permite apreender a postura social das empresas, no âmbito da responsabilidade corporativa, tomando como base a perspectiva sociológica dos mercados e das instituições econômicas. Nos interessa aqui apresentar uma leitura complexa da empresa, em contraposição à visão instrumental e reducionista presente nos autores da teoria econômica, em particular Milton Friedman (1970, 1984) que afirma ser a empresa uma instituição voltada exclusivamente à promoção dos lucros de seus acionistas.

Em um primeiro momento demonstraremos os pontos divergentes entre a ciência econômica e sociologia econômica dando ênfase para a contribuição de autores clássicos como Weber e Durkheim. Em um segundo momento, trataremos especificamente da chamada inserção social e estrutural das relações mercantis e das instituições econômicas presente na tese de Polanyi e nos autores da chamada Nova Sociologia Econômica, em particular Mark Granovetter. Na seqüência, elencamos as contribuições de autores contemporâneos da sociologia para a compreensão da RSE.

3.1 DISTINÇÕES ÚTEIS: A TEORIA ECONÔMICA E O SURGIMENTO DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

Um importante preceito que atravessa a teoria econômica e que se apresenta como fator de distinção quando emergem os estudos sociológicos dos fenômenos econômicos é a concepção de racionalidade dos atores econômicos.

Desde o século XIX com Stuart Mill, a ciência econômica propõe estudar a economia, o mercado e o comportamento dos atores econômicos partindo de abstrações gerais, com base no método hipotético-dedutivo. Nessa concepção, a ciência econômica se baseia em um raciocínio a partir de uma hipótese assumida e não a partir de fatos da realidade empírica. Até mesmo o homem é compreendido de maneira arbitrária, sendo ele definido como um ser que,

(...) invariavelmente realiza aquilo através do que pode obter a maior soma de coisas necessárias, de conveniências e de luxos com a menor quantidade de trabalho e abnegação física exigidas para poder obtê-los no estado existente de conhecimento (STUART MILL, 1984, p. 308).

A lógica do lucro como motivação para a ação humana na esfera econômica foi aprimorada pela noção de *homo oeconomicus*, com Stuart Mill e também com Adam Smith. Este desenvolveu as proposições de que o indivíduo esforça-se em benefício próprio, agindo naturalmente na busca da melhor alocação dos seus recursos, e por consequência essa ação favorece toda a sociedade, visto que:

(...) um indivíduo “que pretende apenas seu ganho” é “levado por uma mão invisível a promover um fim que não fazia parte de sua intenção. E nem sempre é mau para a sociedade que não fizesse parte dela. Perseguindo seu próprio interesse, ele, freqüentemente, promove mais eficientemente o interesse da sociedade do que quando de fato tenciona fazê-lo. Eu nunca soube de um grande bem praticado por aqueles que afirmam comerciar tendo em vista o bem público” (SMITH apud FRIEDMAN, 1984, p. 16).

Para essa abordagem de conhecimento, o mercado resume-se ao nome dado ao encontro de uma curva de oferta e de uma curva de demanda, resultado do comportamento de agentes cujas relações estão esvaziadas de qualquer conteúdo social. É, por conseguinte, um conceito formal, abstrato, oriundo de um processo de racionalização do saber econômico, que permanece em construção há mais de dois séculos (Steiner, op.cit.). O mercado abstrato é assim um lugar apropriado para o livre curso do comportamento do *homo oeconomicus*, que age em função de um único objetivo, qual seja, o ganho econômico e de acordo com a regra da maximização do resultado de sua ação.

Nas primeiras páginas da obra “A Riqueza das Nações” (1776), Adam Smith professa que a divisão do trabalho tem origem numa suposta tendência naturalmente existente na essência humana para intercambiar, permutar ou trocar bens por outros e ainda, que não é em virtude da benevolência dos comerciantes que se pode ter acesso aos bens e serviços, mas sim da propensão que eles tem em favor de seus

próprios interesses (SMITH, 1984). É a associação do interesse e da racionalidade voltada para fins egoístas que formam as bases explicativas do comportamento dos atores na esfera econômica.

Convém ressaltar que na época de Adam Smith, quando a economia passa a adquirir o patamar de disciplina, as análises sobre os fenômenos econômicos não são desconsideradas do contexto social. No entanto, foi ao longo de sua evolução e em particular com a revolução marginalista dos anos 1870 que a ciência econômica se libera progressivamente das referências aos aspectos culturais e institucionais (Trigilia, 2002, apud RAUD-MATTEDI, 2005).

Já no século XX, o economista liberal Milton Friedman apresenta uma visão instrumental produtivista da empresa (CHEIBUB E LOCKE, 2002). Na sua obra, *Capitalismo e Liberdade* (1962), o autor defende que a responsabilidade social dos dirigentes de empresas representa uma concepção falsa da natureza de uma economia livre. Para o autor, a única responsabilidade social do capital, nesse sistema, consiste em gerar mais capital:

Em tal economia, há uma e só uma responsabilidade social do capital – usar seus recursos e dedicar-se a atividades a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganos ou fraudes (FRIEDMAN, 1984, p. 122).

Na sequência, o autor defende a visão smithiana do comportamento social, uma vez que ao perseguir os seus próprios interesses, os indivíduos são conduzidos por uma “mão invisível” para promover naturalmente o bem estar coletivo.

Na década de 70 o economista elaborou um artigo sobre a responsabilidade social das empresas que se tornou referência em círculos acadêmicos tanto para aqueles que se colocam contra como a favor da RSE (*The New York Times Magazine*, 1970). Trata-se de uma visão economicista de empresa, na qual sua responsabilidade social permanece restrita às esferas lucrativas das organizações. O tom do discurso foi elaborado para marcar o que seria, segundo a posição do autor, a única competência legítima para o campo empresarial: maximizar o lucro da atividade econômica em benefício exclusivo dos acionistas. Pela ótica econômica, as atividades de cunho social das empresas prejudicariam o mecanismo de mercado: os acionistas transfeririam seus rendimentos, os salários dos empregados ficariam

defasados e os preços das mercadorias se elevariam para cobrir os custos das atividades sociais. Por fim, os consumidores, ao rejeitarem preços mais altos, levariam a empresa à falência, num quadro onde todos os envolvidos efetivamente sairiam prejudicados. A concepção de empresa defendida segundo esse modelo vai de encontro ao viés econômico neoclássico onde a mesma encontra-se isolada de um quadro mais amplo de relações sociais e de uma estrutura social, como o contexto histórico e a esfera sociopolítica de onde atua.

Por sua vez, a sociologia econômica surge no final do século XIX, a partir dos estudos de alguns dos fundadores da disciplina como Max Weber, Georg Simmel e Émile Durkheim. A abordagem marca um viés crítico em relação às análises feitas pelos teóricos da economia neoclássica e propõe uma concepção alternativa para a noção de *homo oeconomicus*. Com base nos seus estudos, o que se propõe é denunciar os pressupostos teóricos e metodológicos de uma ciência que se proclama independente do meio social e avançar na análise dos fenômenos econômicos valendo-se das ferramentas analíticas da sociologia (RAUD-MATTEDI, 2005b).

Para Raud-Mattedi (idem), Max Weber foi provavelmente o estudioso que mais avançou nos estudos sociológicos dos fenômenos econômicos e em particular, na análise da construção social do mercado. Swedberg (2005) anuncia que a obra de Weber situava-se basicamente no campo da sociologia econômica, ainda que o autor tenha se dedicado à história e teorias econômicas. Conforme o autor, Weber inovou ao examinar a economia e suas relações com a política, o direito e a religião. Tanto Weber quanto Durkheim questionam a noção de *homo oeconomicus* e apontam para o mercado enquanto construção social, em particular porque salientam o papel das instituições na regulação da esfera econômica.

Na próxima seção nos limitares a expor algumas considerações desses dois autores clássicos para a emergência da sociologia econômica. Em particular nos interessa elencar a contribuição deles em pensar uma teoria pluralista da ação, para além da concepção utilitarista racional do ator econômico e mostrar que fatores como a tradição, o direito e a moral são elementos que, assim como os interesses, orientam o comportamento dos agentes na esfera econômica. Por fim, tentaremos demonstrar que a proposta da sociologia econômica, que entende as instituições econômicas como socialmente enraizadas, é uma abordagem mais realista para o estudo da RSE.

3.2 SOCIOLOGIA ECONÔMICA: WEBER, DURKHEIM E A CONCEPÇÃO INSTITUCIONAL DA ESFERA ECONÔMICA.

Alguns teóricos apontam que na sociologia econômica de Weber e de Durkheim encontram-se elementos indicativos da análise do mercado em termos de construção social. A afirmação equivale a dizer que ambos os autores contribuíram diretamente para a emergência da nova sociologia econômica da década de 1970 (Gislain e Steiner apud RAUD-MATTEDI, *op.cit.*). Para Raud-Mattedi (*idem*), tanto Weber quanto Durkheim destacaram o papel das instituições sociais na orientação do comportamento do ator econômico. Para a autora, com base nesses teóricos, as instituições sociais não apenas dão respaldo e organizam as relações sociais e as atividades econômicas regulamentando os conflitos de interesse, mas principalmente permitem a definição mesmo do que sejam os interesses individuais. Portanto, as instituições são compreendidas em termos formais, como as regras jurídicas, e informais, ou seja, os valores sociais vigentes.

Na análise do comportamento econômico, Weber vai além da perspectiva que vê o ator como um agente maximizador de interesses egoístas e propõe a associação do interesse com a estrutura social, i.e. ele integra em uma única análise, a idéia do comportamento movido pelo interesse com a idéia de comportamento social (SWEDBERG, *op.cit.*).

Além dessa importante associação, a própria concepção do que sejam os interesses para Weber o distingue da teoria econômica dominante. Para o autor são interesses materiais e ideais que impelem o agente à ação. Ainda que na análise econômica sejam os interesses materiais os que mais contam, Weber procurou demonstrar o que acontece quando os atores, na busca de seus interesses ideais, como o desejo de salvação, por exemplo, cuidam de seus interesses materiais, ou ainda quando os interesses ideais reforçam ou bloqueiam os interesses materiais (SWEDBERG, *op.cit.*). E ainda, ao contrário dos economistas modernos, Weber defendia que não somente o interesse, mas a tradição e as emoções impulsionam o comportamento dos atores, em uma clara alusão a sua tipologia da ação social. Nas palavras de Steiner (2006, p. 25), em Weber “a sociologia econômica combina o comportamento guiado pelo interesse e o comportamento que depende das relações existentes entre os atores (valores e normas, afetos, objetivos, etc).”

A definição weberiana de ação instrumental, como um tipo ideal, não fica muito distante do nível de abstração da ação egoísta, formulada pelos economistas através da noção de *homo oeconomicus* (Steiner,

idem). Para Weber, age de maneira racional referente a fins quem:

[...] orienta sua ação pelos fins, meios e consequências secundárias, *ponderando* racionalmente tanto os meios em relação às consequências secundárias, assim como os diferentes fins possíveis entre si (WEBER, 2000, p. 16).

No entanto, para além da ação racional referente a fins, o autor leva em conta uma segunda forma de ação racional, a ação racional referente a valores:

Age de maneira puramente racional referente a valores quem, sem considerar as consequências previsíveis, age a serviço de sua convicção sobre o que parecem ordenar-lhe o dever, a dignidade, a beleza, as diretivas religiosas, a piedade ou a importância de uma “causa” de qualquer natureza. Em todos os casos, a ação racional referente a valores (no sentido de nossa terminologia) é uma ação segundo “mandamentos” ou de acordo com “exigências” que o agente crê dirigidos a ele (WEBER, *idem*, p. 15).

Tal racionalidade vinculada a valores considera que a ação na esfera econômica não busca estritamente uma adaptação dos meios aos fins, de maneira a produzir as consequências preferidas pelos indivíduos. São os valores aos quais os atores sociais aderem que prevalecem como um imperativo a guiar suas ações, qualquer que seja a consequência material dessa ação para o ator.

Convém lembrar também que, na teoria de Weber, existem considerações éticas na economia, quando o autor distingue racionalidade formal e racionalidade material. A racionalidade formal está associada ao cálculo técnico dos fins econômicos, na orientação para o lucro, como custos e benefícios, sendo a economia moderna o exemplo máximo da atividade econômica formalmente racional. A racionalidade material, por sua vez, está voltada para a análise normativa das consequências sociais da atividade econômica. São preceitos éticos, políticos, de classe ou exigências igualitárias que podem ser mobilizadas para balizar a atividade econômica no contexto de uma racionalidade em valor ou de uma racionalidade material em finalidade (Raud-Mattedi, *op.cit.*). No entanto, Weber salienta que tais formas de racionalidade são, em princípio, divergentes, ainda que

ocasionalmente possa ocorrer uma coincidência.

Outro ponto que merece destaque no compêndio weberiano é a proposta dos diferentes tipos de regulação de mercado. Após definir o que seja mercabilidade de objetos de troca e liberdade de mercado, aquele significando “o grau de regularidade com que um objeto costuma tornar-se objeto de troca no mercado” e este “o grau de autonomia de cada interessado na troca, dentro da luta de preços e da concorrência”, (WEBER, 2000, p. 50) Weber dá pistas sobre as ordens que inviabilizam a mercabilidade e a liberdade de mercado de possíveis objetos de troca. A regulação do mercado pode então estar condicionada por quatro fatores, a saber: 1) pela tradição, em que pese as condições tradicionais de troca; 2) pelas convenções, de modo que ocorra a desaprovação social da mercabilidade ou da livre concorrência para determinados objetos de troca ou para determinados círculo de pessoas; 3) por fatores jurídicos e 4) de modo voluntário, pela imposição dos interesses de determinados interessados na troca, ocasionando acordos reguladores do mercado, cartéis de preços ou monopólios.

Particularmente nos interessa compreender o papel das normas sociais na regulação do mercado. Para Weber, as convenções sociais (ou normas) influenciam a esfera econômica, uma vez que os atores necessitam se conformar à determinadas diretrizes socialmente acordadas para não sofrerem as consequências do boicote social. Ainda que o autor não tenha desenvolvido uma análise mais ampla sobre a influência das normas sociais na economia moderna e em particular na regulação do mercado, as convenções são, para Weber, fator fundamental para a aceitação das regras jurídicas na esfera econômica. Portanto, o Direito “tem papel menos importante que as convenções, ou melhor, ele é respeitado essencialmente em função de uma convenção social que reprovaa a desobediência civil” (RAUD-MATTEDI, op.cit.).

Por outro lado, Weber considera que o capitalismo moderno se opõe aos preceitos éticos, já que representa relações impessoais entre os seres humanos, posto que os indivíduos são movidos por interesses materiais. No entanto, ainda que o autor saliente o interesse individual na explicação do comportamento econômico, sua teoria esforça-se em demonstrar que tanto os interesses como os meios utilizados para satisfazê-los são situados social e historicamente, já que devem ser legitimados pelos valores existentes na sociedade. Como esclarece Raud-Mattedi (op.cit., p.132), para Weber,

[...] a economia de mercado só existe e se mantém no quadro de uma sociedade que incentiva a busca racional do lucro e onde reina uma certa ética do

trabalho. Nesse sentido, não se pode pensar que os interesses sejam os únicos elementos explicativos do comportamento econômico e do funcionamento do mercado, pois os interesses precisam de valores para a formulação de seus objetivos e para a legitimação dos meios empregados para perseguir-los.

Por sua vez, Durkheim critica a teoria econômica pelo fato de que ela se vale de noções pré-estabelecidas, ou seja, conceitos econômicos que não foram definidos cientificamente. No que tange ao pressuposto do *homo oeconomicus*, Durkheim se opõe à Stuart Mill e afirma não existir uma esfera da atividade social em que o desejo de riqueza desempenhe um papel preponderante (DURKHEIM, 1995). Para o sociólogo, o método dedutivo, próprio da teoria econômica, emprega abstrações que não são, de fato, submetidas à verificação, e constituem assim, de maneira equivocada o lugar da ciência.

Embora o autor não defina com propriedade o que ele compreende como sendo o mercado, ele não deixa de considerá-lo como uma instituição, ou seja, como um fato social. No centro de sua análise sobre o fenômeno encontramos a noção de contrato, sendo este o elemento basilar da sociedade moderna. Nas palavras do autor: “a cada instante e não raro inesperadamente, sucede-nos contrair esses vínculos, seja ao comprarmos, seja ao vendermos (...). A maioria das nossas relações com outrem são de natureza contratual” (DURKHEIM, *idem*, p.201).

Para Raud-Mattedi (*op.cit.*) a contribuição fundamental do autor para a sociologia econômica consiste em salientar o papel socializador da troca mercantil no quadro da divisão do trabalho. Com efeito, para Durkheim, a coesão social numa sociedade de solidariedade orgânica advém justamente das interdependências decorrentes da especialização e da divisão do trabalho. Por isso, a dinâmica mercantil, que obriga as pessoas a entrar no mercado para trocar bens e serviços que são indispensáveis à sobrevivência, possui uma dimensão socializadora.

Nesse sentido, a ordem social não advém espontaneamente, enquanto os indivíduos isoladamente buscam seus interesses egoístas como declaram os economistas liberais. Para o sociólogo, são regras formais e/ou informais, i.e., o aparato jurídico e as normas sociais, que proporcionam as condições para que os indivíduos cooperem harmoniosamente. O respeito às regras estabelecidas é o que garante a estabilidade do sistema de trocas, nas palavras de Durkheim são as

“cláusulas não contratuais do contrato” (DURKHEIM, *idem*).

Na sua crítica aos economistas liberais, Durkheim salienta que o modelo de mercado defendido por esses teóricos, focado na definição do ator racional e interessado, se limita à uma solidariedade precária, baseada numa relação mercantil superficial, conflitual e instável:

Se o interesse aproxima os homens nunca o faz mais que por alguns instantes e só pode criar entre eles um vínculo exterior (...). Se olharmos as coisas a fundo, veremos que toda harmonia de interesses encerra um conflito latente ou simplesmente adiado. Porque onde o interesse reina sozinho, como nada vem refrear os egoísmos em presença, cada eu se encontra face ao outro em pé de guerra e uma trégua nesse eterno antagonismo não poderia ser de longa duração. De fato, o interesse é o que há de menos constante no mundo (DURKHEIM, 1995, p.189).

Para Raud-Mattedi (*op.cit*) a relação mercantil, conforme propõe Durkheim, gera um laço social mesmo sem passar por relações pessoais íntimas, já que o ator econômico necessita respeitar uma série de regras sociais, tanto formais (direito), quanto informais (tradição e normas morais), que são elaboradas coletivamente e que estão inscritas numa dimensão temporal de longo prazo. O laço social criado pela relação mercantil não se esgota no ato da troca, mas se enraíza e participa do processo de reprodução das instituições sociais (RAUD-MATTEDI, *idem*).

Portanto, a validade da contribuição dos autores clássicos da sociologia econômica nos leva a entender que na construção social dos mercados os valores éticos e socialmente acordados são princípios de regulação econômica que os atores precisam levar em conta. Assim, as empresas que buscam manter-se competitivas vêm na RSE uma forma não só de evitar o boicote social, mas sobretudo de serem porta-vozes desses valores, destacando-se das demais e buscando a legitimidade de seus negócios. Nesse sentido, as empresas parecem compreender a influencia que exercem sobre elas as convenções e as normas sociais que estão para além do tradicional comportamento maximizador de lucros.

3.3 POLANY E GRANOVETTER: A NOÇÃO DE *EMBEDNESS* DA AÇÃO ECONÔMICA

Após elencarmos as contribuições da sociologia econômica de Weber e de Durkheim para a compreensão sociológica dos fenômenos econômicos e das motivações dos atores nessa esfera, propomos trazer para o debate as considerações de Polanyi e de Granovetter no tema da inserção social (*embedness*) das relações econômicas.

Ambos os autores esforçaram-se nas críticas ao pensamento econômico neoclássico. Polanyi concentra-se em evidenciar que a circulação dos bens, no seio de sociedades de tempos históricos distintos, pressupõe uma estrutura institucional específica e ainda, que a ação econômica não pode ser compreendida em termos individualistas visto que é influenciada pelas instituições. Granovetter, por sua vez, dedicou-se a mostrar que existe uma considerável influência das relações sociais e das instituições na ação econômica, sem as quais não se pode compreender ou avaliar o funcionamento do mercado. Pontuaremos as considerações destes teóricos para a abordagem sociológica dos fenômenos econômicos e seguiremos na análise da inserção social da empresa e de sua manifestação na questão social.

Inicialmente, Karl Polanyi, em sua obra, *A Grande Transformação* (1944), elabora uma crítica contundente as hipóteses de Adam Smith quanto a natureza economicista dos indivíduos. Se para este, a divisão do trabalho na sociedade dependia da propensão naturalmente existente no homem para barganhar, permutar e intercambiar os bens, em contraposição, Polanyi defende que foi somente na moderna sociedade industrial que se observa o papel preponderante do mercado na esfera econômica.

Adam Smith, com a idéia de *homo oeconomicus*, defendeu a predileção do homem primitivo por atividades lucrativas, mas para Polanyi, esse modelo de economia formal, onde os indivíduos maximizam ganhos econômicos com base no comportamento competitivo, não se aplica a todas as sociedades. Sua principal crítica está justamente em se opor à universalidade de uma teoria econômica que não especifica as diferenças fundamentais entre sociedades pré-capitalistas e capitalistas (Block, 1990, apud VINHA, 2001).

No entanto, para Polanyi as motivações econômicas do homem dito “não civilizado” e dos indivíduos da sociedade atual não são tão diferentes entre si a ponto que se compense descartar o estudo histórico e antropológico da esfera econômica. Para o autor, tais análises mostram que:

(...) a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais. Ele não age desta forma para salvaguardar seu interesse individual na posse de bens materiais, ele age assim para salvaguardar sua situação social, suas exigências sociais, seu patrimônio social. Ele valoriza os bens na medida em que eles servem a seus propósitos (...). É natural que esses interesses sejam muito diferentes numa pequena comunidade de caçadores ou pescadores e numa ampla sociedade despótica, mas tanto numa como noutra o sistema econômico será dirigido por motivações não-econômicas (POLANYI, 2000, p. 65).

Para o autor, a economia de mercado deve ser compreendida como uma novidade histórica, sendo que o lucro e o ganho, como professara Adam Smith, nunca foram os impulsores da economia nas sociedades tradicionais. Segundo Polanyi, a ordem na produção e na distribuição nas sociedades que precederam a ordem capitalista são atribuídas a dois princípios de comportamento: a reciprocidade e a redistribuição. Tais princípios sustentavam-se por padrões institucionais específicos: a simetria e a centralidade.

Inspirado em trabalhos antropológicos, Polanyi defende que as economias primitivas não podem ser compreendidas se se atribuem motivações utilitaristas aos indivíduos. De fato, para o autor, tais economias funcionam devido a um conjunto de obrigações recíprocas que determinam o comportamento individual e que, portanto, a busca pelo lucro só se torna importante com o sistema capitalista, quando a economia passa a ser regulada pelo mercado, posto que é uma instituição que incentiva a ação lucrativa. Steiner (op. cit) salienta que um dos méritos de Polanyi consiste em demonstrar que, do ponto de vista histórico, a economia e o mercado não são a mesma coisa e é um engano pensar que a “mentalidade de mercado” tenha sempre existido. A circulação de bens que satisfazem as necessidades humanas, na visão de Polanyi, pressupõe uma estrutura institucional, qualquer que seja a sociedade considerada.

Nas economias primitivas, em particular nas sociedades sem a organização de classes sociais, Polanyi observou que a regulação das atividades econômicas funcionava a base da reciprocidade. Nestas, os bens e serviços eram produzidos e trocados segundo normas sociais, onde a troca ocorria entre grupos simétricos, essencialmente via relações

de parentesco. A simetria se manifestava, portanto, pela dualidade, ou seja, pela existência de um parceiro.

Em seguida, Polanyi compreende que o mecanismo da redistribuição operava como um princípio de regulação econômica nas sociedades antigas, marcadas pelos estamentos sociais sob a organização de um Estado centralizador. A centralidade, como um fator institucional, implicava que o Estado centralizava uma parte dos recursos (tributos e prestações diversas) para redistribuí-los aos membros da sociedade, segundo regras precisas.

Portanto, no caso da reciprocidade e da redistribuição, como bem esclarece Steiner (op.cit), a atividade econômica, na medida em que se possa isolá-la, encontra-se inserida (*embedded*) nas relações sociais, ou seja, essas mesmas relações sociais formam um conjunto de instituições que permite o funcionamento do aspecto econômico da sociedade.

Segundo Vinha (2001), para Polanyi, o padrão de mercado foi o único sistema capaz de criar uma instituição específica, o próprio mercado, inicialmente impulsionado pelo comércio de longa distância. Já que esse comércio originou-se fora dos limites do comércio local, não comprometeu portanto, a organização da economia doméstica. Assim, esse padrão confinou o próprio mercado a uma esfera de atuação que não comprometia os princípios de funcionamento baseados na reciprocidade e na redistribuição, uma vez que funcionava apenas como um apêndice. Essa interpretação histórica do papel desempenhado pelo mercado apresentada por Polanyi, é substancialmente diferente da defendida pela teoria neoclássica. Enquanto que, para o autor, a economia por estar socialmente enraizada, organiza, orienta e impõe limites às funções do mercado, para a teoria neoclássica é o mercado que organiza e dirige a economia (VINHA, idem). Convém ressaltar que, para o autor, os três tipos de sistemas econômicos, ou princípios de regulação, não representam estágios de desenvolvimento das sociedades visto que tais formas podem se combinar num sistema econômico onde uma delas é dominante.

A grande transformação é assinalada por Polanyi justamente quando a troca mercantil assume a condição de um sistema autorregulador de mercado, ocorrendo assim o descolamento das relações econômicas das relações sociais. O status de mercadoria atribuído aos indivíduos (trabalho), à moeda (renda) e a terra são fatores que demonstram essa separação. A existência de mercados de trabalho, da moeda e da terra demonstram que as relações sociais (indivíduos, trabalhadores), políticas (moeda) e ecológicas (terra) são englobadas pelo sistema de mercados passando a apresentarem-se como

mercadorias fictícias, funcionando segundo os parâmetros da dinâmica mercantil.

Assim vemos que, apesar de Polanyi posicionar-se contra o argumento da existência de um mercado inteiramente auto-regulável, sua teoria não foi capaz de englobar o sistema capitalista do século XX, tarefa assumida então pela geração de pesquisadores da Nova Sociologia Econômica.

A Nova Sociologia Econômica (NSE), surge como herdeira das reflexões teóricas de autores da envergadura de Durkheim e Weber e resgata atualizando os principais conceitos da teoria de Polanyi. De fato, desde a década de 1970, a NSE vem se apresentado como uma alternativa dentro do campo da Sociologia aos avanços do “imperialismo disciplinar” da Economia.

Alguns dos representantes mais ilustres dessa nova corrente analítica, os autores Richard Swedberg e Mark Granovetter (1992) entendem que a concepção de Polanyi sobre o enraizamento social da economia é parcialmente limitada, uma vez que só explica os aspectos, as motivações não-econômicas e a ausência de competitividade dos sistemas econômicos pré-capitalistas.

A análise de Polanyi, portanto, deixa de reconhecer que no sistema de mercado essas características também estão presentes, embora não sejam predominantes (VINHA, op. cit). Steiner (op. cit) concorda também que o defeito da teoria de Polanyi está justamente em evidenciar uma separação indevida entre sociedades primitivas, onde a economia está plenamente inserida nas relações sociais, e a sociedade capitalista contemporânea, caracterizada como inteiramente descolada das relações.

Antes de avançarmos na contribuição de Granovetter para a compreensão da inserção social dos fenômenos econômicos, é importante ressaltar que para Vinha (op.cit.) alguns dos elementos conceituais de Polanyi podem ser explicativos da atual manifestação das empresas na esfera da responsabilidade social. Em um primeiro momento, a autora se questiona sobre a contemporaneidade dos princípios de reciprocidade e redistribuição salientados por Polanyi para em seguida, associá-los com as atividades empresariais que se encontram sob a égide da chama RSE.

O surgimento da RSE, segundo a autora, se deu a partir de uma crença compartilhada entre os setores empresariais, de que a sua não aplicação afetaria negativamente os negócios. No entanto, atualmente a RSE se enquadra numa estratégia particular de determinado segmento, isto é, empresas que procuram se diferenciar por sua posição ambiental e

socialmente ética nos negócios (VINHA, 2001).

A hipótese central da autora é a de que vem ocorrendo um processo de revisão no modelo tradicional de firma e que empresas com um perfil definido, buscam agora incorporar sistematicamente ações de responsabilidade social. São organizações que se assemelham por pertencerem a um mesmo segmento: grande porte, forte presença regional e que, em seus sistemas produtivos, utilizam uma vasta gama de recursos ambientais. Tais empresas, alega a autora, por estarem mais expostas a vigilância pública são constrangidas a interagir com os demais atores locais, dando visibilidade à sua presença na comunidade. Nas palavras de Vinha (*idem*, p. 221), “as empresas com tais características estariam mais aptas e propensas a implementar um sistema de gestão ambiental e a desenvolver projetos com a marca do enraizamento social”. Na visão da autora, tal posicionamento corporativo se dá, sobretudo, com o objetivo de compensar a ausência de relacionamento entre a empresa e seus dirigentes e a sociedade local, em particular pela cultura da negligência na questão ambiental, e portanto, como forma de aliviar um pesado passivo ambiental (VINHA, *idem*).

A tese da autora afirma que a visão da sociologia econômica (e da NSE, na sua versão estrutural) do enraizamento social da economia supõe que a existência de uma estrutura de comunicação social da empresa com diferentes segmentos sociais ocorre através de uma rede. No interior dessas relações, mecanismos de reciprocidade e redistribuição são gerados pelas atividades de RSE, como os investimentos sociais, o que em última instância, funcionaria como nexo de integração e geração de ordem, como estabilizadores das relações econômicas.

Na tradição iniciada por Weber e influenciado por Polanyi, Granovetter entende a ação econômica como uma forma de ação social, isto significa que além dos objetivos econômicos, os atores buscam também objetivos sociais como o reconhecimento, a sociabilidade e o poder. Além disso, para o autor, a ação econômica é socialmente situada, uma vez que, os indivíduos não agem de maneira autônoma, como postula a teoria econômica neoclássica, mas sim suas ações são imbricadas em sistemas contínuos de relações sociais, ou seja, em redes sociais.

Para firmar sua tese da incrustação dos fenômenos econômicos, Granovetter (1985) trava um diálogo com a teoria econômica neoclássica e a abordagem econômica neo-institucionalista, em particular com o pensamento de Williamson. Para essa corrente teórica,

que Granovetter chama de abordagem subsocializada, o ator econômico é um agente utilitarista, que busca unicamente o seu próprio interesse e não leva em conta o enquadramento histórico e estrutural das relações sociais. Por outro Lado, Granovetter também dialoga com as teorias sociológicas, que concebem os indivíduos de maneira sobressocializada, quer dizer, muito sensíveis às opiniões dos outros, conformando-se cegamente ao sistemas de valores existentes na sociedade (RAUD, 2005). Para Granovetter, o problema está em que “as soluções subsocializada e sobressocializada para o problema da ordem convergem assim no fato de isolarem os atores do seu contexto social mais mediato” (GRANOVETTER, 2003, p.73).

Portanto, para o autor, os economistas ignoram a chamada incrustação histórica e estrutural das relações econômicas. Assim, Granovetter defende que são as relações sociais, mais do que os dispositivos institucionais ou a moral generalizada, as responsáveis pela produção de confiança na vida econômica. Nas palavras do autor:

Assim, relativamente ao problema da confiança e da ordem na vida econômica, a perspectiva da incrustação procura definir-se entre a proposta sobressocializada e a visão subsocializada dos dispositivos impessoais e institucionais, identificando e analisando padrões concretos de relações sociais. Ao contrário de ambas as visões, ou até da posição hobbesiana, não produz predições generalizáveis (e por isso falíveis) acerca da ordem ou desordem universal, assumindo antes que serão as peculiaridades da estrutura social a determinar cada situação. (GRANOVETTER, idem, p. 82).

Estas redes sociais desempenham várias funções, em particular elas permitem a circulação de informações e asseguram a confiança ao limitar os comportamentos oportunistas. A rede é definida como um conjunto de atores ligados por uma relação. Para mostrar como as redes interveem na qualidade de mediação social Granovetter realiza uma pesquisa sobre a busca de emprego. No estudo pioneiro sobre o mercado de trabalho de executivos, Granovetter (1973) constata, portanto que, é menos importante estar fortemente inserido numa rede densa (parentes e amigos, por exemplo) do que ter acesso, por meio de laços fracos (conhecidos) à varias redes. Os laços fracos permitem aos indivíduos o acesso a universos sociais distintos e diversificados e, principalmente, à uma maior variedade de informações: é a força dos laços fracos.

Em sua análise sobre as instituições econômicas, Granovetter (1990) demonstra que elas são construções sociais, na medida em que são fortemente influenciadas pela configuração das redes sociais. Portanto, “as instituições econômicas estáveis começam por se desenvolver na base de modelos de atividades construídos ao redor de redes pessoais. Sua estrutura reflete a das redes em questão” (GRANOVETTER, 1990, p.91).

No âmbito da RSE, alguns autores vem indicado a associação dos princípios e normas comuns à RSE com um mecanismo capaz de gerar confiança e credibilidade entre as empresas nos mercados. No caso de Almeida (2006), a normatização de indústrias exportadoras segundo critérios de responsabilidade social funcionam como nexos de adequação aos princípios exigidos pelos parceiros comerciais, ou seja, a rede de relações da empresa opera como um catalisador da RSE.

Nesse sentido, pode-se dizer que a RSE vai de encontro à necessidade da empresa em perpetuar-se economicamente em função das redes de troca e negociação sobre as quais se assentam os mercados. Em decorrência da competitividade e concorrência no mundo dos negócios, a empresa não permanece isolada de setores diversos da sociedade, por outro lado, a organização se vale dos espaços de interlocução que estão ao seu alcance. Para Cappellin e seus colaboradores (2002), a empresa deve saber interagir com os atores sociais que atuam no seu interior, como as entidades de representação de trabalhadores e também manter e renovar a confiança e o respeito mútuo em suas relações com grupos externos, tais como fornecedores, clientes, instâncias governamentais e instituições de crédito.

É nesse sentido que falamos em enraizamento da ação econômica e da empresa. Evidentemente, não excluimos a perspectiva utilitarista da rede social criada em torno da proposta da RSE: não se trata de uma postura exclusivamente moralista e altruísta da empresa, mas antes podemos falar da própria sustentabilidade dos negócios em tempos de acirramento da concorrência e do poder de influencia de setores da sociedade e dos mercados sobre as empresas.

3.4 A EMPRESA E SUA “RESPONSABILIDADE SOCIAL” NA ANÁLISE DA SOCIOLOGIA

A partir dos anos 80, as empresas passaram a ser percebidas de forma diferente pela sociedade, foi quando as Ciências Sociais se aproximaram para torná-las objeto de análise. Tal mudança veio

acompanhada por uma valorização social das empresas posto que já não eram vistas apenas como espaço de exploração do trabalho pelo capital. Na época, a crise do desemprego na Europa contribuiu para que a empresa passasse a ser valorizada por sua capacidade em manter o emprego, tido como um elemento essencial da socialização na sociedade contemporânea. De fato, o papel da empresa é visível para além do econômico: ela é um importante agente provedor de emprego e de estabilização social. (KIRSCHNER, 1998).

Na França, na década de 1980, os sociólogos Sainsaulieu e Segrestin, foram os pioneiros de uma nova matriz analítica, a Sociologia da Empresa. Para ambos, a sociedade prescindia de uma nova forma de regulamentação, já não mais centrada nos modos de vida ou consumo, mas justamente, na esfera do trabalho, da produção de bens e serviços. A empresa passara então a ser um espaço de “produção identitária, que tenderia a esboçar as representações da sociedade futura” (Sainsaulieu e Segrestin, apud KIRSCHNER, idem).

A empresa, nesse sentido é compreendida como um *construto social*, um espaço ao mesmo tempo socializador e socializado, em relação contínua com a sociedade. Esse postulado marca a concepção da Sociologia da Empresa, na qual as organizações não podem mais ser compreendidas apenas à luz da oposição trabalho *versus* capital. Para essa linha de análise, tanto os mercados como as instituições econômicas, como as empresas, são tributárias das relações sociais e das regulações públicas, quer dizer, eles não estão acima da vida em sociedade e de seus preceitos e exigências éticas (MARTES; DURAND; ABRAMOVAY, 2006).

A empresa é vista, então, como uma realidade humana viva, composta por uma vasta gama de recursos distintos onde a agregação de indivíduos os transforma em atores sociais. De fato, para essa linha de análise, a empresa atual “não se limita a gerir e manter recursos econômicos, humanos e técnicos” (KIRSCHNER, 2006, p. 13). A sobrevivência das empresas exige a invenção e o desenvolvimento de novos recursos, os quais estão profundamente associados com a qualidade da estrutura social das relações humanas de trabalho.

A difusão das diretrizes e posturas gerenciais vinculadas à proposta do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade social das empresas parece incorporar tais questões, posto que propõe uma outra relação entre empresa, funcionários, comunidade e governos. Através da responsabilidade social empresarial as empresas têm procurado ajustar suas operações produtivas e suas relações sociais às expectativas dos atores sociais, como resposta às exigências da

sociedade por uma redefinição do papel social da empresa.

De fato, foi a partir dos anos 90 que temas como a concorrência e a inovação permanente das tecnologias ganham uma amplitude sem precedentes e, nesse contexto, a cultura da empresa promove a implementação da organização flexível e inventiva. Para Barbosa (2002), a RSE é parte integrante (assim como temas como o empreendedorismo social, *learning organization*, cultura organizacional, diversidade, capital intelectual e qualidade, entre outras) das novas tecnologias gerenciais que compõe a cultura dos negócios principalmente das grandes empresas transnacionais. A cultura de negócios é entendida como “uma série de fluxos culturais, (repertórios de imagens, valores, símbolos e significados) que permeiam o discurso e a atividade empresarial e gerencial das empresas transnacionais, multinacionais e/ou globalizadas” (BARBOSA, idem, p. 213). Tal ideário funciona, sobretudo, como o estilo gerencial tido como mais adequado para se fazer frente às demandas de um mundo globalizado e para descrever as lógicas e formatos que subjazem aos processos de transmissão e disseminação do conhecimento no interior das organizações. Itens da agenda sociopolítica contemporânea, como o desenvolvimento social, a preocupação ambiental, a participação cidadã, associados com as posturas gerenciais revelam que as empresas são condicionadas por temas alheios aos temas tradicionais ao universo dos negócios. Uma vez incorporados, são transformados em parte do *business* e em elementos de marketing institucional.

Para a Sociologia da Empresa, as corporações são fontes autônomas de construção das relações sociais, algo como um sistema aberto que associa autonomia e dependência entre seu meio ambiente exterior. Assim,

(...) um sistema não é aberto a qualquer tipo de influência, possui uma fronteira seletiva que filtra o que deixa passar. Em contrapartida, exporta para seu meio ambiente produtos muito controlados.
(...) Uma empresa não cria um projeto social *ex nihilo*. Através de seus trabalhadores, ela importa as características socioculturais de seu meio (KIRSCHNER, 1998, p.23-24).

Portanto, fica claro perceber que, para a Sociologia da Empresa, a empresa é um lugar de produção de sociabilidades e que vai além dos modelos teóricos que a definem como um espaço de relações antagônicas de classe. Antes, a empresa possui características que a

definem como uma instituição social; é formadora de um conjunto de relações sociais e culturais e produz, dessa forma, identidades novas. Na empresa, surgem relações de oposição e de alianças e o ator vivencia as relações de trabalho de forma interativa e estratégica (KIRSCHNER, idem). Sobretudo,

A Sociologia da Empresa rompe com os modelos que interpretam as estratégias dos atores apenas em termos das oportunidades de poder; que omitem da análise a função dos valores e lógicas coletivas que permeiam as práticas sociais (idem, p.28).

De fato, autores do âmbito das Ciências Sociais tem procurado analisar, sob essa perspectiva, o tema da RSE. A função da empresa baseia-se na combinação de diferentes objetivos: oferecer produtos e/ou serviços, produzir lucros e distribuir dividendos. No entanto, opõem-se à concepção de que o fluxo da produção produz automaticamente o desenvolvimento econômico e social. Para autores como Cappellin, Giuliani, Morel e Pessanha (2002), o crescimento econômico, associados aos processos de modernização e globalização, não trazem espontaneamente o desenvolvimento. Por outro lado, esse processo vem acompanhado de profundas disparidades sociais e econômicas, desemprego, ampliação da economia informal, aumento do contingente em situação de pobreza e concentração de riquezas. Diante desse quadro, os autores evidenciam porque se tornou tão forte a ênfase posta nas mudanças qualitativas no mundo dos negócios. A RSE pode mesmo ser vista como uma forma das organizações darem conta das críticas existentes ao capitalismo contemporâneo; uma proposta de legitimação e justificação dos negócios face aos antagonismos sociais e econômicos criados pela própria atividade empresarial. De fato,

A lógica preponderante das empresas sempre foi a da produtividade em função da lucratividade, permanecendo oculta ou submetida a esta lógica a sua capacidade de responder às demandas sociais de seus interlocutores. (...) A função "social" para a empresa estava limitada exclusivamente aos salários que pagava e aos empregos que oferecia no mercado. Face às profundas transformações que atingem o mundo do trabalho, o cenário de crise das fontes de emprego e a competição internacional, muitas empresas acabam por optar pelo diálogo com a coletividade local para que

esta venha apoiá-la na disputa da concorrência (idem, p. 257-258).

Para os autores, a problemática da RSE vem assumindo uma importância crescente ao envolver importantes segmentos sociais nessa discussão. Por outro lado, seu conteúdo, conceitos, metodologias, e mesmo estratégias de ação encontram-se claramente em disputa. Por isso não existe um consenso geral sobre o que deveria ser a responsabilidade social das empresas. Esse cenário é tão mais importante porque coloca frente a frente os interesses, as propostas e os valores dos agentes econômicos com as demandas, as necessidades, as expectativas e as aspirações daqueles que esperam, do setor empresarial, algum benefício (idem, p. 273).

Por sua vez, Cheibub e Locke (2002) concordam que na literatura que versa sobre o tema da RSE coexistem diversas definições competitivas sobre o que significa a proposta. Até mesmo suas características fundamentais, sua operacionalidade e suas conseqüências são objetos de disputa. Nessa discussão, os autores reuniram quatro propostas ou modelos básicos das diferentes formas com que as empresas podem se inserir de forma responsável em seu meio social agrupados segundo duas dimensões: a primeira diz respeito aos setores beneficiados pela gestão das empresas e o segundo reúne os motivos das ações empresariais. Tais modelos apresentam, na visão dos autores, diferentes formas de manifestação da RSE que prevalecem na literatura atual.

Um primeiro modelo, denominado progressista, baseia-se no interesse da própria empresa cujos beneficiários das ações sociais são apreendidos de forma abrangente, incluindo atores não diretamente relacionados à atividade produtiva da empresa. Nesse caso, é concedida uma ênfase também nos interesses dos diferentes grupos sociais com os quais a empresa interage (*stakeholders*), bem como aos conflitos e disputas de poder que geralmente lhe são associados. Nesse sentido a RSE está baseada na interdependência entre a empresa e a sociedade, pelo que é entendido que a sociedade tem determinadas expectativas legítimas quanto ao comportamento das empresas e aos resultados de suas ações.

Nas versões idealismo ético e filantropia, ressaltam-se a dimensão valorativa e ética da RSE. Mesmo sendo do interesse direto da empresa a realização de ações sociais, o discurso assume o tom eminentemente normativo. Essa proposta tem, segundo os autores, prevalecido na discussão brasileira sobre o tema. De fato, tais

abordagens são diretamente ligadas a disciplina acadêmica do *Business Ethics* - Ética Empresarial e vem promovendo ações específicas dentro das organizações e destas com seus parceiros de negócios. Talvez o exemplo mais emblemático da influência do campo da ética nos negócios seja a elaboração dos Códigos de Conduta das empresas. Tais documentos propõem à associação de princípios éticos em vários níveis: o sistêmico (sistema econômico, das relações entre a ética e o mundo dos negócios nos aspectos culturais e institucionais, etc); o nível organizacional (políticas, práticas empresariais) e o nível individual (atitudes e valores dos indivíduos).

Por fim, a vertente do produtivismo, cujos acionistas são os principais beneficiários das ações empresariais, indica, para alguns, a ausência da RSE. No entanto, para outros autores, como Milton Friedman, essa proposta significa a própria essência da RSE.

De fato, pode-se sustentar, de acordo com uma posição progressista, que a RSE faz parte do próprio interesse das empresas visto que trazem benefícios para a imagem corporativa, melhorando sua posição no mercado consumidor, mercado de trabalho etc. A RSE é vista como uma importante ferramenta gerencial que as empresas apresentam diante de um universo competitivo.

Por outro lado, percebe-se no discurso empresarial, que acompanha principalmente os relatórios de atividade sociais, a defesa da obrigação moral que a empresa tem diante da sociedade. As corporações devem então assumir um papel mais ativo e atuante diante dos problemas sociais já que são atores que detém muitos recursos. Essa posição é assumida na vertente da filantropia e do idealismo ético.

Para Cheibub e Locke (idem) o principal problema desses argumentos é que eles se posicionam num vácuo político e social ao priorizar apenas as razões, os motivos e os benefícios da RSE. A literatura assume a prerrogativa de que, espontaneamente, todos ganham com a adoção da RSE. Para os autores:

(...) propomos que se leve em conta possíveis e – porque não – prováveis consequências políticas da RSE. Desta forma, devemos nos indagar se e como a RSE contribui ou não para que todos os cidadãos tenham garantidos aqueles direitos publicamente aceitos e expressos pela sociedade na sua organização político-legal (CHEIBUB e LOCKE, idem, p. 282).

Assim, os autores alegam que a provisão de bens de cidadania

podem chegar aos cidadãos pela intermediação de agentes privados, como as empresas, mas o Estado deve garantir que eles efetivamente alcancem a todos. Portanto, demais atores podem colaborar nesse processo, mas não devem minar ou diminuir o papel do Estado nessa questão. Em última instância, o que está em jogo, com as proposições da RSE, é o aumento efetivo do poder das corporações que além de poder econômico passam a exercer o poder social. Nesse quadro, segundo os autores, o poder de atuação de demais segmentos podem ser diminuídos, como no caso, os sindicatos. Portanto,

Pode-se operar um fortalecimento do poder das empresas e corporações na medida em que, além de unidades de produção econômica, elas passam a ser vistas como promotoras de bem-estar social, no sentido mais amplo que o estritamente econômico. Arrisca-se também a contribuir-se para o esvaziamento do espaço público e da compreensão de que bem-estar social é um direito de cidadania, cuja garantia é obrigação de toda a sociedade e não de determinados atores, por mais fortes e influentes que sejam (idem, p.283).

Por fim, os autores entendem que uma empresa socialmente responsável é aquela que, sobretudo, respeita seus funcionários, ao lhes garantir liberdade de associação e salários justos, sendo tratados como pessoas morais.

CAPÍTULO 4

ANÁLISE EMPÍRICA

Nesse capítulo reunimos as análises decorrentes da avaliação dos relatórios sociais da empresa Whirlpool, do estatuto de fundação da entidade social Instituto Consulado da Mulher, das entrevistas e observação participante com as integrantes dos grupos de economia solidária apoiados pelo projeto social da Consul. Em um primeiro momento, apresentamos a empresa pesquisada e a trajetória histórica da marca Consul no estado de Santa Catarina, desde a sua fundação até o momento que a empresa é incorporada pela multinacional norte-americana na década de 2000. Essa etapa foi realizada com base nos relatórios sociais da empresa e demais documentos que o Centro de Documentação e Memória (CDM) nos disponibilizou. Na sequência, analisamos o estatuto de fundação do projeto social da marca Consul, disponível na página virtual da instituição, posto que tal documento esclarece-nos sobre o foco social da iniciativa, ao que ele se propõe e quais seus principais métodos de ação. Por fim, nos deteremos na avaliação das entrevistas e atividades do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense, com base nos princípios da observação participante.

Consideramos de fundamental importância os processos e as estratégias que permeiam a trajetória da institucionalização da proposta de responsabilidade social da empresa abordada. Os discursos presentes nos documentos que tratam sobre a temática bem como nas entrevistas realizadas abordam a evolução e a consolidação de uma "gestão estratégica" voltada para princípios reunidos sob a égide da "empresa cidadã e responsável". Longe de se apresentar como um consenso, a gestão de RSE da Whirlpool é permeada de ambiguidades e contradições, pelo que vamos nos esforçar para demarcar tais sentidos.

4.1 CONSUL E WHIRLPOOL E A IDÉIA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA

As informações a seguir esboçadas foram disponibilizadas pelo Centro de Documentação e Memória (CDM) da empresa. Os registros tornaram possível nossas análises sobre o surgimento da empresa na região de Joinville e o envolvimento da marca em ações e programas de caráter social.

O surgimento da empresa que viria a receber o nome Consul, remonta à década de 1940, na região norte de Santa Catarina, na cidade de Brusque, onde uma próspera indústria têxtil já despontava. A necessidade de produtos básicos para a indústria têxtil, como agulhas e guias de fio fez surgir a “Oficina Tiradentes” dirigida por Rudolf Stutzer, ex-motorista e amigo pessoal do cônsul da Holanda no Brasil, Carlos Renaux, que financiava a atividade manufatureira. Assim, os anzóis, agulhas, aros de bicicleta, talheres e todos os demais produtos da oficina passaram a levar o nome Consul.

A entrada para o ramo da refrigeração se deu por acaso, quando um cliente solicitara o conserto de sua antiga geladeira. Passaram-se meses até que Stutzer pudesse compreender o complexo funcionamento de gases que mantinham o ar refrigerado no interior do aparelho. Com o domínio da técnica, em 1947, Stutzer e outros funcionários da oficina se propõem a construir um aparelho por mês. Naquela época já se podia observar a marca Consul, nas portas dos refrigeradores. A mudança da oficina da região de Brusque para Joinville se deu pelo incentivo do amigo pessoal e comerciante Wittich Freitag que passara a financiar a atividade de produção, uma vez que ele tinha interesse em vender as geladeiras. Assim, em 15 de julho de 1950 foi fundada a Indústria de Refrigeração Consul com o capital de cerca de 80 acionistas. Na década de 60, a empresa produzia 30 mil geladeiras por ano. Com a produção em expansão, em 1971, a Embraco – Empresa brasileira de compressores – foi criada pelos dirigentes da Consul, para que o principal componente das geladeiras, os compressores, fossem fabricados no Brasil, diminuindo assim custos com a sua importação. Foi também a partir da década de 70 que a marca expandiu e inovou na produção de outros eletrodomésticos, como condicionadores de ar, secadoras de roupas, fogões entre outros.

Já na década de 90, a fusão entre as indústrias Consul e Brastemp dá origem ao grupo Multibrás S.A. que em 2006 viria a ser adquirido pela multinacional de origem norte-americana Whirlpool, maior fabricante de produtos de linha branca do mundo. A década de 90 foi marcada pela ênfase nos processos de qualidade no interior das firmas. Assim, foi a partir desse período que as empresas, como Consul e Brastemp buscaram, nas certificações ISO 9000, o reconhecimento nos mercados pela busca da eficiência e qualidade da fabricação e comercialização de seus produtos. Em 1995, a empresa contava com cerca de 10.000 funcionários em suas fábricas, com 4,8 milhões de produtos comercializados dentro do Brasil e 416 mil unidades exportadas. Atualmente existem fábricas do grupo em Joinville (SC),

São Paulo (SP), Rio Claro (SP) e Manaus (AM). De acordo com a empresa, "suas plantas destacam-se pela flexibilidade das linhas de produção e pelas plataformas globais, que transformam a região em um grande pólo exportador para a Whirlpool Corporation" (CDM, 2009).

A partir da década de 2000, as fábricas passam a operar segundo os critérios da chamada "gestão integrada" que engloba além da certificação ISO 9001 (qualidade de produtos e serviços), a ISO 14001 (meio ambiente) e OHSAS 18001 (Segurança e saúde ocupacional dos trabalhadores) também conhecida como uma das normas de responsabilidade social interna, voltada para o controle da produção em termos de garantia da segurança do trabalhador.

Além das marcas Consul e Brastemp, a Embraco também passara a ser controlada pela multinacional Whirlpool corporation. A unidade Embraco é líder, conforme relata a empresa, no mercado mundial de compressores herméticos para refrigeração doméstica. Sua sede é em Joinville mas também possui fábricas na Itália, Eslováquia, China além de escritórios nos EUA e Itália, empregando 9.000 pessoas.

Produtos fabricados pela Consul, Brastemp e Whirlpool tem, historicamente, um grande passivo ambiental, não apenas pelo impacto causado pela instalação da planta fabril nos municípios, utilizando recursos hídricos, minérios de ferro e aço, entre outros, mas, sobretudo, pelo gás CFC, altamente causador do aumento do buraco da camada de ozônio e do efeito estufa, um gás que foi largamente utilizado como elemento principal de funcionamento dos refrigeradores. O problema é tão mais sério posto que muitas residências, principalmente as de baixa renda, ainda mantêm geladeiras com o gás CFC.

De acordo com os documentos que pesquisamos sobre o histórico da participação social da empresa na comunidade percebeu-se que, de variadas formas, todas as marcas tiveram algum tipo de envolvimento na sociedade. A Consul, desde a década de 60, manteve parcerias com o Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) para o desenvolvimento de cursos de aprendizagem para formação de mão-de-obra para o setor industrial. Além dessa atuação direta para a qualificação do trabalhador, a empresa envolvia-se em outros tipos de atividades como o patrocínio do projeto "Aluno Guia", que preparava alunos para orientação do trânsito em frente às escolas.

Para a empresa, a RSE é apreendida de maneira instrumental pelo que agrega tanto uma melhora em suas relações institucionais como por proporcionar à marca retorno em termos de desempenho, de forma que,

(...) ao adotar um modelo de gestão socialmente responsável, com base em princípios éticos e de

transparência com todos os seus públicos, há um ganho de qualidade nas relações com colaboradores, consumidores, acionistas, meio ambiente, comunidade, concorrentes, governo e sociedade. Com reflexos positivos também nos indicadores de *performance* da organização (CDM, 2009).

Antes de firmar sua atuação de responsabilidade social através da criação da entidade Instituto Consulado da Mulher, as empresas da Whirlpool no Brasil, na época Multibrás S.A., ao longo da década de 90, promoveram diferentes ações de focos variados. Um exemplo desse processo foi a atuação direta da empresa na comunidade do Jardim São Luís, na periferia da cidade de São Paulo. Nesse caso, a empresa colaborou, com a ajuda de seus funcionários chamados a serem voluntários, com a construção de moradias para as famílias da região, além de doar refrigeradores para as casas construídas. O centro comunitário do bairro também foi revitalizado com o apoio da empresa e passou a oferecer cursos de profissionalização para os moradores do bairro. O curso de culinária contava então com uma cozinha completa montada com os produtos da marca Consul. De antemão, percebemos que acompanha as ações sociais da empresa uma postura voltada para a inserção dos produtos da marca em projetos sociais como forma de estruturar as atividades, mas também para agregar valor à marca, quer dizer, uma maneira de se desenvolver um marketing social junto às comunidades atendidas.

Na vertente da responsabilidade ambiental, a empresa também estruturava algumas iniciativas, dentre as quais a principal era o Projeto Ozônio. Tendo início nos anos 2000, o objetivo da iniciativa consiste, segundo a empresa, em conscientizar e orientar profissionais e técnicos da rede de Serviços autorizados Brastemp e Consul a recolherem os gases refrigerantes utilizados em refrigeradores, ar condicionados e demais produtos. A iniciativa de responsabilidade ambiental chegou a receber o prêmio “Super Ecologia” nos anos de 2002 e 2003, promovido pela Revista Super Interessante (Editora Abril).

O Projeto Gaia, por sua vez, é voltado à reciclagem das embalagens dos produtos das marcas. No momento da entrega, os consumidores podem optar em devolver as embalagens para os profissionais responsáveis. Por fim, os materiais recolhidos eram enviados à Ong Super Eco, parceira da empresa, a fim de passarem pelo processo de reciclagem.

Vemos, ao longo dos documentos que tratam sobre os programas de responsabilidade social da Whirlpool, um especial destaque para as premiações e colocações em *rankings* especiais de boa conduta empresarial. Nesse sentido, vemos que as ações de RSE servem como mecanismo para demonstrar que a empresa busca reconhecimento no campo das ações sociais, extrapolando o tradicional índice de lucratividade.

Em 2007, com a elaboração e publicação do "Código de Ética" da empresa, a Whirlpool alega que disseminou seus valores essenciais, como respeito pela diversidade e inclusão social e a importância do trabalho em equipe, entre outros, para todos os seus funcionários e também fornecedores. Para a empresa é fundamental que o conjunto de empregados e parceiros comerciais conheça e pratique os valores da corporação. Nesse documento estão expostas algumas diretrizes voltadas a evitar conflitos interpessoais, conflitos de interesse com a própria empresa ou ainda, de que forma podem os funcionários se comunicar com a alta gestão da companhia. De fato, o documento pode ser visto como um compêndio de regras de conduta as quais os homens e mulheres que trabalham na empresa precisam se adequar:

A Whirlpool Latin America trabalha para conquistar a lealdade e a paixão dos consumidores por suas marcas e produtos. Mas não há como alcançar tais objetivos, se os colaboradores e fornecedores não entenderem e compactuarem com os valores que norteiam o modo de pensar e agir da empresa. Os valores mostram o que se pode esperar da companhia, mas também indicam o tipo de conduta que a organização espera que seus colaboradores adotem (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, 2008).

De acordo com a nossa exploração documental, percebemos que a empresa constrói uma imagem que a torna responsável e agente de influencia dos princípios do desenvolvimento sustentável perante demais atores sociais, como os seus consumidores e funcionários. A gestão de sustentabilidade da organização, conforme o documento, está baseada no estabelecimento do diálogo com os seus públicos de interesse, quer dizer, os agentes que influenciam o processo produtivo ou que por ele são influenciados. São considerados seus públicos de interesse, funcionários, consumidores, fornecedores, sociedade, parceiros comerciais e acionistas. No entanto, quanto à elaboração do Código de Ética da empresa, não fica claro como as diretrizes, valores e

regras foram elaboradas, ou seja, qual papel foi concedido ao diálogo entre fornecedores, empregados e empresa, ou ainda, como de fato, ele se realiza.

Desde o início da década de 2000 a Whirlpool, então Multibrás S.A., elabora e publica o chamado "Relatório de Atividades Sociais". Desde 2004 a empresa já publicou quatro volumes. O documento se apresenta como uma importante ferramenta de comunicação da empresa, seu desempenho institucional, valores corporativos e projetos sociais e ambientais para seus interlocutores. Através desse mecanismo a sociedade, órgãos públicos, parceiros comerciais, matriz corporativa, acionistas, empresas concorrentes e agentes da mídia podem conhecer e acompanhar o desempenho social que a empresa divulga.

Nos chama atenção, ao longo das publicações dos relatórios, a mudança de enfoque e o acento concedido ao posicionamento ambiental da empresa. Se no primeiro documento (2004) verificamos a preocupação da marca em expor e divulgar projetos sociais e principalmente as atividades do ICM, já nos últimos relatórios (ano 2008/2009) o conteúdo principal está voltado em demonstrar a postura de sustentabilidade da empresa, principalmente em termos de impacto ambiental e eficiência energética dos produtos.¹² Assim, conforme o documento:

A Whirlpool vê como fundamental o desenvolvimento de tecnologias que contribuam para a redução de impactos ambientais, como os decorrentes do consumo de energia, em especial as mudanças climáticas. Por isso participa ativamente de programas como o Procel e o Conpet (...). Vale destacar que as mudanças climáticas configuram o maior desafio da humanidade no século XXI. O funcionamento de eletrodomésticos depende do fornecimento de energia, ligada, em maior ou menor grau, à queima de combustíveis fósseis, com consequentes emissões de gases do efeito estufa (GEE) (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, 2008).¹³

12 As informações contidas nos Relatórios de Atividades Sociais e Relatórios de Sustentabilidade são divulgados a cada dois anos e podem ser acessados na íntegra no site da empresa que está disponível em: <<http://www.whirlpool.com.br/site/p/responsabilidade-social/relatorio>>

13 O "Selo Procel" foi instituído pelo Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica, coordenado pelo Ministério de Minas e Energia. O Selo Procel tem por objetivo orientar o consumidor no ato da compra, indicando os produtos que apresentam os melhores níveis de

A mudança do enfoque do documento parece demonstrar o alinhamento das empresas presentes no Brasil com a política à nível global da Whirlpool. A empresa participa do corpo técnico dos Protocolos de Kioto (mudanças climáticas) e Montreal (proteção à camada de ozônio) e é signatária da iniciativa da ONU, voltada a promoção dos direitos humanos e trabalhistas e preservação ambiental, o chamado Pacto Global. Nacionalmente, a empresa faz parte do comitê da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) que representa o Brasil nos desenvolvimentos das diretrizes da ISO 26000, que auxiliará na capacitação de empresas para formalizarem sua gestão de responsabilidade social. No primeiro e segundo documento (anos 2004 e 2006), a empresa se baseou na metodologia de elaboração de relatórios sociais do Instituto Ethos, uma das principais organizações nacionais que promove a RSE. Em sua mais recente publicação, a empresa utilizou as diretrizes e indicadores da *Global Report Initiative* (GRI), um padrão global de referência para a comunicação em RSE e sustentabilidade empresarial. Essa plataforma global de comunicação dos processos de RSE também é preferida por empresas multinacionais pelo fato de permitir que empresas concorrentes possam comparar seus desempenhos e expectativas quanto às propostas de desempenho social e ambiental.

Não obstante todos os mecanismos relatados voltados à promoção de uma imagem socialmente e ambientalmente responsável por parte da Whirlpool e suas marcas, no ano de 2009 a mídia divulgou denúncias que associavam a empresa com a formação de grupos de influência para o controle de preços de uma importante peça que integra os produtos da linha branca, os compressores. Batizada de "Operação Zero Grau", a ação foi realizada em conjunto com a Polícia Federal Brasileira, a Secretaria de Direito Econômico e autoridades norteamericanas e europeias, nos escritórios da Whirlpool e de outras empresas. De acordo com as investigações, as empresas estariam dividindo o mercado internacional de compressores a fim de elevar o preço do produto. Como forma de encerrar as investigações, a Whirlpool aceitou o acordo

eficiência energética dentro de cada categoria, proporcionando assim economia na sua conta de energia elétrica. Também estimula a fabricação e a comercialização de produtos mais eficientes, contribuindo para o desenvolvimento tecnológico e a preservação do meio ambiente. Conpet é o Programa Nacional de Racionalização do Uso de Derivados de Petróleo e do Gás Natural, uma parceria entre o Inmetro e a Petrobrás, que tem o objetivo de estimular a utilização de produtos eficientes, que proporcionam maior economia energética. (Fonte: <<http://www.inmetro.gov.br/consumidor/pbeselo.asp>> acesso em 07 set 2010).

proposto pelo Cade - Conselho Administrativo de Defesa Econômica - através do pagamento de uma multa de 100 milhões de reais. Com o termo, além do compromisso de cessar as supostas práticas de cartel das quais vinha sendo investigada, a empresa também reconhece a violação da lei que protege a livre concorrência (artigo 20 da Lei nº 8.884/94).

Nesse sentido, o que se observa é que mesmo que a empresa se preocupe em manter e divulgar uma imagem de organização ética e preocupada socialmente, inclusive com a elaboração de códigos de conduta, coexistem posturas que violam as regras econômicas em favor da rentabilidade dos acionistas. Nesse sentido não há coerência entre o que a empresa diz e os fatos investigados pelos órgãos competentes.

4.2 DA FILANTROPIA À RACIONALIZAÇÃO DAS PRÁTICAS SOCIAIS, A CRIAÇÃO DO INSTITUTO CONSULADO DA MULHER (ICM)

Em 2002 a Multibrás S.A. deu início à criação do Instituto Consulado da Mulher. Tornou-se ao longo da década o principal "investimento social" da marca Consul e manteve suas linhas gerais de atuação após a incorporação da Multibrás pela Whirlpool Corporation em 2006. Após dois anos de atuação a Ong foi reconhecida como Oscip, estatuto legal para uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público. O foco principal da iniciativa consiste em promover programas de capacitação para a geração de renda para mulheres em situação de vulnerabilidade social e de pouca escolaridade. Até 2008, o ICM atuou em casas localizadas nas cidades de Joinville, Rio Claro, São Paulo e Manaus, municípios onde existem as fábricas da Whirlpool. Nesses espaços eram realizadas oficinas, com o auxílio de funcionários da entidade, apoio de voluntários da sociedade e funcionários da corporação. As atividades estavam voltadas para a melhoria da qualidade de vida e projetos de educação popular e inclusão digital para mulheres (RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, 2008).

De fato, a intenção da empresa era criar um espaço de convivência para mulheres, para que elas aprendessem, através de oficinas ministradas por voluntários, atividades de diferentes enfoques. Além de cursos de inclusão digital, ocorriam aulas de culinária, artesanato, corte e costura e até mesmo como realizar atividades como a troca de lâmpadas e instalação de chuveiros no ambiente doméstico.

Conforme nossa pesquisa, verificamos que esse espaço social passou por uma avaliação de uma consultoria independente da empresa,

que o levou à reconfiguração ao longo do ano de 2009. Coincidentemente ou não, a mudança de atuação do projeto social, que enxugou seu quadro de funcionários e despesas relativas ao seu funcionamento, ocorreu em meio a uma grave crise econômica que teve origem no setor imobiliário nos EUA e que atingiu a empresa, principalmente nos mercados europeu e norte americano, ocasionando demissões e fechamento de fábricas.

Atualmente, a entidade está orientada a desenvolver atividades de formação para desenvolver grupos femininos de economia solidária para a geração de renda. Na tabela abaixo, evidenciamos o total de pessoas beneficiadas pela instituição desde o ano de 2007. Embora a entidade tenha deixado de atender presencialmente com a casa do Consulado da Mulher, ficando restrito o seu funcionamento aos escritórios e atendimento aos bairros, o programa Usinas do Trabalho, tem expandido a atuação do ICM para outras regiões do Brasil.

Tabela 1 - Pessoas beneficiadas por região e ano e previsão dos anos de 2009 e 2010.

	Realizado em 2007	Realizado em 2008	Previsto para 2009	Resultado alcançado em 2009	Pessoas beneficiadas indiretamente em 2009	Meta para 2010
Joinville	83	146	120	114	237	150
Manaus	0	124	110	220	963	264
Rio Claro	91	135	120	106	261	150
São Paulo	0	158	110	117	363	146
Total presencial	-	-	460	557	1824	710
Usinas do Trabalho	112	328	550	351	1034	428
Total	286	891	1010	908	2858	1138

Fonte: Whirlpool – Relatório de Sustentabilidade 2010.

A entidade se vale das prerrogativas legais impostas pela Lei das Oscips, também conhecida como Lei do Terceiro Setor, para estruturar suas ações. O ICM possui um corpo de profissionais remunerados além de uma diretora executiva, em cada uma das iniciativas presentes

atualmente nas cidades de Joinville, Rio Claro, São Paulo e Manaus.

De acordo com o artigo 4º do Estatuto de Fundação da entidade, disponível na página eletrônica da iniciativa, o Consulado da Mulher tem por objetivo social, "contribuir para a cidadania e emancipação da mulher, por meio da educação continuada, da participação na comunidade, da melhoria da qualidade de ser e de vida, da geração de trabalho e renda e da mudança nas relações de gênero" (CONSULADO DA MULHER, s/d).

Considerando os objetivos da entidade questionamos como se deu o processo de criação do principal projeto de responsabilidade social da empresa e porque a mulher e o seu bem-estar social e econômico são os focos de ação da iniciativa? Qual papel foi concedido à comunidade, funcionários da empresa, iniciativas governamentais e demais organizações do Terceiro Setor na formulação e elaboração do foco social do ICM?

De acordo com a pesquisa documental, a origem do processo de construção do Ong Instituto Consulado da Mulher, está diretamente associado com a formalização de comitês, no interior da empresa, destinado a promover ações de RSE, no início do ano 2000. Desde então a empresa mantém um conselho de responsabilidade social, composto por funcionários chefes de diversas áreas da companhia e presidido pelo diretor geral da empresa e um comitê multifuncional de responsabilidade social, coordenado pela diretoria jurídica e de relações externas e integrado por representantes de todas as áreas da empresa. Segundo o documento, o conselho se reúne trimestralmente para debater e ajustar as ações já desenvolvidas e sugerir novos projetos e iniciativas, principalmente em relação às atividades do Instituto Consulado da Mulher. O comitê multifuncional assegura que cada uma das áreas da empresa adote uma gestão direcionada à responsabilidade social, o que inclui desde a contratação de um fornecedor até o desenvolvimento e a entrega de um produto (WHIRLPOOL, 2004). No entanto, o documento consultado não faz nenhuma menção à consultas públicas para a construção do desenho inicial do programa de RSE. Portanto, nem a comunidade nem o sindicato da empresa nem mesmo os órgãos governamentais foram consultados quando da elaboração da proposta inicial da Ong. Por outro lado, a empresa se justifica:

A identificação do público feminino com os produtos da empresa – as mulheres representam 85% do total de consumidores das marcas Brastemp e Cônsul – e a preocupação em contribuir efetivamente para a melhoria da

qualidade de vida das mulheres, levaram a Multibrás a criar o Instituto (MULTIBRÁS, idem, p.36).

A entrevista realizada com um dos dirigentes do ICM nos mostra que a empresa não apresentava um foco definido de atuação em RSE até a criação da entidade. No entanto, os contínuos pedidos de auxílio por parte de setores da sociedade junto à empresa, a fez considerar a criação de um programa estruturado, voltado, segundo o coordenador, à transformação social. Nesse momento a empresa solicita os serviços de uma consultoria para a criação do ICM:

"Falando do Consulado de Joinville, na verdade todos eles surgiram quase que conjuntamente, com a mesma proposta. Na empresa, Consul, depois a Multibrás empresa, todos eram muito parceiros da comunidade, mas não eram focados, eram muito abertos. Os Direitos Humanos (entidade de assistência social) lá precisam um ar condicionado, mandavam um ofício pra empresa, a empresa dava um ar condicionado; então assim, sempre teve o envolvimento com a comunidade; teve um projeto de manutenção das praças, da Rua das Palmeiras sempre foi a Consul e a Brastemp que faziam a manutenção e aí a empresa passou a ver que é um volume considerável essas coisas e resolveu ter um foco onde se façam transformações, não apenas doação, então começou-se a pensar em um projeto de responsabilidade social, foi quando se buscou uma consultoria."

De fato, a procura por consultorias especializadas em projetos sociais e de sustentabilidade empresarial parece indicar a busca, por parte das empresas, principalmente as de grande porte, por uma maior sistematização dos objetivos envolvidos e de estruturação de recursos investidos nas ações sociais. Trata-se pois de uma racionalização das atividades antes compreendidas como voluntárias e filantrópicas, de caráter altruísta e benevolente. A crescente divulgação dessas iniciativas junto à mídia, nos *sites* das empresas e em *rankings* corporativos também pode ser indicativa da necessidade de se buscar profissionais especializados em RSE. O movimento acompanha ainda a busca das empresas pela adequação de seus programas sociais com a estratégia de seus negócios.

Vemos que, no caso da criação do ICM, existe um envolvimento de funcionários da empresa no desenvolvimento e consolidação da atividade social além da participação da consultoria. Podemos identificar que em parte, isso deve à própria trajetória dos indivíduos que, mesmo antes do surgimento do projeto, já se envolviam em ações filantrópicas da empresa e em atividade voluntárias de outras naturezas. Nosso entrevistado foi estimulado a falar sobre a sua trajetória em ações de caráter voluntário e atividades realizadas junto à empresa:

"Até a época da construção do projeto eu era funcionário da empresa e acabei me apaixonando pelo projeto. Eu fui convidado para ser um voluntário pra criar o projeto, para pensar o projeto, foi criado um grupo de ação local pra pensar e estruturar a casa, onde vai ser e a estruturação da equipe. E eu fui me apaixonando pelo projeto, pelo ideal, até chegar o momento em que: - é isso que eu quero na vida... algo que te dá prazer. E acabei saindo de lá e vindo pro Consulado."

(...) "um dia a Embraco tinha feito uma campanha pra arrecadação de alimentos pra serem destinados coincidentemente pro Jardim Edilene, naquela época era bem triste a situação. Eles tinham arrecadado um volume tão grande que precisaram de ajuda e aí o pessoal da comunicação social da Whirlpool me convidou ; aí eu fui, quando nós estávamos lá eu cheguei na comunidade, sabe que no final de ano as pessoas fazem aquele auê e tal... foram uns 4 carros se eu não me engano. Aí, eu tava em cima do caminhão, entregando pras pessoas que estavam embaixo ... eles já tinham mapeado as pessoas que iriam receber o material, já tinham toda a logística, então não dava pra fazer um auê e entregar pra quem chegasse. E aí, quando a gente chegou lá e eu estava em cima do caminhão - sabe quando tu mexe num formigueiro e vem formiga de tudo quanto é lado assim? Aí vem aquele monte de família de tudo quanto que é lado, assim, gente correndo, mulher com bebê na barriga, no colo, outro puxando de arrasto, outro por trás, meu Deus do céu...aí eu me dei de conta do problema, do que a gente tem em volta de Joinville. Quem

não vai nesses bairros não enxerga a desigualdade social. Aí eu pensei, se hoje a gente já tem essa desigualdade social, o que vai ser do futuro dessa criança que está no colo, ou seja, no mínimo são três, quatro filhos por família, é só pegar o número de hoje e multiplicar, daqui cinco dez anos, aí eu comecei a pensar: eu devo fazer alguma coisa...

Quando se pensou em fazer um projeto de responsabilidade social, foi criado um grupo, essas pessoas, a diretoria, as gerencias, os funcionários, bem mesclado, não é uma coisa...é bem híbrido, me convidaram pra fazer parte, foi a hora que eu comecei a participar do Consulado. Quando começou a casa, começou esse processo de incubação, eu comecei a ser voluntário, a primeira coisa que eu fui fazer lá foi uma oficina de elétrica, de como se instalar uma tomada, se consertar o chuveiro, pras mulheres. É o que eu sabia, é a minha área. E assim, quando veio o processo com a Universidade de Blumenau, a consultoria, também fui convidado a fazer parte desse grupo, e aí, foi indo. Até chegar no momento, que a coordenadora de trabalho e renda pediu pra ir pro Consulado."

O "público-alvo" do programa de RSE da Consul está diretamente associado, por um lado, pelo fato de serem as mulheres as principais consumidoras dos produtos da marca e, por outro lado, pelo caráter inovador da iniciativa, uma vez que são poucas as ações de RSE voltadas ao público feminino. Conforme nosso interlocutor:

"Foram feitos muitos estudos, se pensou em criança, se pensou em adolescente, mas aí começou a ter aquele raciocínio: quem é o cliente da empresa: a mulher, na grande maioria é ela quem usa o fogão, a geladeira. Pó e aí, vamos pensar na mulher e aí se viu que é uma área em que existem poucos projetos de responsabilidade social atuando nesse segmento e isso nos estimulou a trabalhar com a mulher e aí nasceu o Consulado da Mulher. E aí se começou a pensar como faria isso e aí entra fortemente a questão de gênero, sobre a igualdade dos poderes entre

homens e mulheres e aí foi se criando o projeto, pensando no que fazer."

Desde a sua criação, o ICM baseou suas atividades em duas frentes: ações voltadas à elevar a auto-estima feminina e a educação de gênero e a criação de uma mentalidade de empreendedorismo para mulheres de baixos recursos econômicos e pouca escolaridade através de assessoria aos grupos femininos. Essa segunda vertente, conhecida pelos projetos "Mulher Empreendedora" e "Usinas do Trabalho", tinha na Economia Solidária e no associativismo suas bases metodológicas principais.

A Economia Solidária consiste numa nova forma de conceber a produção, consumo e distribuição de riquezas, baseado na igualdade das relações. Na Economia Solidária os meios de produção são de posse coletiva dos trabalhadores e a gestão das iniciativas é coordenada pelos próprios participantes de forma democrática. Nesse tipo de empreendimento não existe a alienação do trabalho, em termos marxistas, por outro lado, ele é compreendido como uma forma de aprender, de crescer e de amadurecer inerente ao próprio desenvolvimento humano (SINGER, 2002).

De acordo com Gaiger (2008), as experiências de economia solidária favorecem relações geradoras de vínculos sociais opostas aos intercâmbios de natureza utilitária e pragmática que interditam tais desdobramentos, típicos das trocas materiais. Voltaremos a discutir esses pontos quando resgatarmos os discursos das mulheres participantes dos grupos assessorados pelo ICM.

De acordo com a página eletrônica do Consulado da Mulher, principal veículo de divulgação dos projetos da iniciativa, a entidade utiliza os princípios da Economia Solidária e da Educação de Gênero para melhorar a qualidade de vida das mulheres e promover a geração de recursos econômicos. Para a Ong, a mulher é vista como uma agente multiplicadora de conceitos, pilar de sustentação da família moderna:

O Instituto Consulado da Mulher é uma ação social da marca Consul criada para que mulheres de baixa renda encontrem oportunidades de geração de recursos para a melhoria da qualidade de suas vidas e as de suas famílias. Acreditamos que a mulher é o pilar de sustentação da família, e agente transformador do seu entorno. Ao entender as oportunidades para ampliação de sua renda, ela percebe uma nova forma de viver e relacionar-se com o mundo, multiplicando esse conhecimento para seus filhos e demais familiares. O processo

de assessoria desses empreendimentos utiliza princípios metodológicos próprios, baseados em conceitos da Economia Solidária e da Educação em Gênero, e ocorre de duas formas: pelo Programa Mulher Empreendedora, nas cidades onde o Consulado da Mulher possui unidades, e pelo Programa Usinas do Trabalho, que beneficia organizações de todo o Brasil que também trabalham com incentivo à geração de renda entre mulheres (CONSULADO DA MULHER, s/d).

Quando questionamos as razões dos princípios da Economia Solidária serem incorporados às atividades de assessoria do projeto, percebemos que para o dirigente, o foco central da proposta é promover uma forma diferente de economia com o objetivo de proporcionar a emancipação feminina:

"(...) ao trabalhar a mulher, a concepção do projeto era assim, elevar a auto-estima dela; a mulher sempre está numa situação vulnerável, então, primeiro trabalhar a mulher, fazer com que ela aprenda alguma coisa, uma técnica, alguma coisa que ela possa estar gerando renda e aí onde que casa a economia solidária – que vem com um proposta de uma forma diferente, uma forma mais cooperativa – uma relação diferente dessa economia que a gente conhece. E aí é que casa com a proposta da economia solidária, a igualdade de gênero, da inclusão social, então tem muitos princípios da economia solidária que acabam se casando com a ideia do projeto."

Estimulamos o dirigente da entidade a falar sobre as demais iniciativas que promovem os princípios da Economia Solidária e do associativismo na região de Joinville. Nesse momento, reunimos informações sobre o surgimento do "Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense", um movimento que surgiu em 2004 e que conta com a participação ativa do Instituto Consulado da Mulher e demais instituições. Na próxima seção elencamos as informações mais relevantes sobre o Fórum de Economia Solidária e buscamos compreender o papel do ICM nesse movimento, bem como as múltiplas relações sociais que ocorrem, entre as instituições apoiadoras e os grupos femininos.

4.3 O FÓRUM DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO NORTE CATARINENSE E A CRIAÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DOS EMPREENDIMENTOS

As reuniões do Fórum de Economia Solidária ocorrem uma vez ao mês em localidades distintas no município de Joinville. Nos dias em que estivemos presentes, as reuniões ocorreram na Secretaria Municipal de Bem Estar Social, próxima ao centro da cidade. A próxima reunião aconteceria na Associação Educacional Luterana Bom Jesus (IELUSC) e outras instituições completavam os locais disponíveis para os encontros mensais.

Questionamos sobre as instituições que compõem o Fórum e sobre a participação do poder municipal no projeto. O dirigente nos explicou que, a princípio, a prefeitura não participava das reuniões, no entanto, outras instituições estavam interessadas em promover a temática da Economia Solidária na região.

"Da prefeitura, não. Tinha dos Direitos Humanos, tinha do Consulado da Mulher, tinha do Instituto Fome Zero, tinha do Ministério do Trabalho e Emprego e mais uma ou duas instituições. E aí se começou a pensar e sempre se teve a ideia do Fórum de que os empreendimentos devem ser fortalecidos. As pessoas que participam do Fórum devem ser sempre as beneficiadas. Era o espaço onde poderiam por as suas necessidades. E aí a gente começou esse processo de trazer essas pessoas. No Consulado a gente já tinha três empreendimentos que já estavam sendo assessorados. Esse era um processo de incubação; a gente começou a trazê-los para o Fórum e as pessoas que já tinham começado no Consulado também começaram a trazer mais pessoas. O interessante no Fórum é assim... Por mais que se fala na filosofia, na qualidade de vida, não é isso que atrai as pessoas... - ah porque é um processo de formação, é um processo de transformação, é a bandeira de uma nova economia, o que interessa é o processo de geração de renda, primeiro é a sustentabilidade. Por aí que a gente fez um gancho; como trazer as pessoas e como fazer as pessoas colocarem seus interesses; - o nosso problema é: apoio para o nosso empreendimento; não tem apoio, não tem

estrutura, não tem onde vender... onde nós começamos a criar algumas coisas, como as feiras; algumas começaram aqui dentro mesmo, - tal dia vamos fazer uma feirinha, vamos trazer as pessoas. Depois foi crescendo, a gente teve a oportunidade de fazer uma grande em um restaurante aqui em Joinville. Isso tudo teve um processo educativo para o próprio empreendimento aprender a se organizar e a trabalhar coletivamente. E depois teve a feira no mercado público municipal e aí foi ampliando e as pessoas foram vendo... opa eu também faço...eu também quero participar e a coisa foi crescendo."

Na primeira reunião que estivemos presentes percebemos a participação de outras instituições que, de alguma forma, apóiam os empreendimentos solidários. Constatamos a presença do poder municipal, com uma representante da Secretaria de Assistência Social, entidades municipais como a Fundação Cultural de Joinville e a Fundação 25 de Julho e agências de fomento como a Fundação Banco do Brasil e a instituição federal de apoio à inclusão social Casa Brasil. De fato, o papel dessas entidades juntamente com a atuação do ICM, nos parece, é a promoção do capital social das iniciativas de ordem econômica dos grupos cooperados. Como bem definiu Pierre Bourdieu, o capital social é “o agregado dos recursos efetivos ou potenciais ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento ou reconhecimento mútuo” (Bourdieu, 1985, 248). Para o sociólogo, o capital social refere-se às redes permanentes e próximas de um grupo que asseguram a seus membros um conjunto de recursos atuais ou potenciais. Para Putnam (2002), o capital social está relacionado com os aspectos das organizações sociais, tais como as redes, as normas e a confiança, que permitem a ação e a cooperação para benefício mútuo. Pode-se dizer que ainda que, conforme Durston (2000), o paradigma do capital social propõe que as relações estáveis de confiança, reciprocidade e cooperação podem contribuir com uma série de benefícios, entre os quais, reduzir os custos de transação, produzir bens públicos e facilitar a constituição de organizações de gestão de bases efetivas, de atores sociais e sociedades civis saudáveis.

Em um primeiro momento, as mulheres participantes dos empreendimentos solidários se ligam à rede em virtude de sua urgente

necessidade de criar oportunidades de gerar recursos econômicos, como bem colocou nosso entrevistado. Com o apoio das entidades que realizam eventos de comercialização, organizando as "feirinhas", uma estrutura de comunicação é montada, gerando novas relações entre os empreendimentos e destes com as entidades de apoio. Nessa dinâmica, um misto de confiança e cooperação é criada: por um lado, as mulheres tem um espaço para expor seus interesses e demandas, por outro lado, as entidades procuram promover ações que deem conta de tais expectativas. Vemos que as instituições de apoio promovem ações para uma maior profissionalização das iniciativas, como por exemplo, explicando a melhor forma de definir os preços dos produtos comercializados ou como criar uma identidade do grupo a fim de gerar um maior potencial de vendas. As entidades também promovem cursos de formação em Economia Solidária e associativismo, além de organizar e estruturar os eventos para a exposição dos produtos destinados à comercialização. Conforme nos elucidou o dirigente do ICM, o Fórum de Economia Solidária auxilia os grupos a trabalharem coletivamente, como em um processo educativo.

A foto abaixo retrata o evento "Mulher Empreendedora" onde os grupos de Economia Solidária puderam expor e comercializar seus produtos. A feira de comercialização ocorre com o apoio das entidades participantes do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense.



Foto 1 – Feira da Mulher Empreendedora – Joinville/SC

Portanto, as entidades de apoio são, muitas vezes, as fontes do capital social que estruturam as relações sociais entre os membros da rede. O Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense por agregar entidades de apoio, empresas e poder público surge com uma proposta nova de enfrentamento da exclusão social. Questionamos ao dirigente sobre as principais atribuições do Instituto Consulado da Mulher na formação e apoio dos grupos femininos:

"Tem muitas coisas que a gente já tem o conhecimento, as ferramentas como eu te falei, cooperativismo, associativismo, precificação, planos de negócio, então são coisas que a gente já tem uma metodologia, a gente já tem condições de fazer assessoria ao empreendimento. Isso nós já fizemos. Quando se tem uma demanda e nós não podemos atender, tentamos uma parceria. Quem tem sido nossos parceiros? A UNIVILE, (Universidade Regional de Joinville) o próprio SEBRAE. Sempre tendo o cuidado da linguagem, sempre tem o acompanhamento das educadoras pra sinalizar. E além dessas tem os voluntários que tem conhecimentos em administração, em contabilidade. Tem uns voluntários que se mantém com a gente, por exemplo, até funcionários da empresa. No mês de setembro nós trabalhamos a questão da segurança no trabalho. O voluntário é da Whirlpool e fez uma demonstração sobre segurança no trabalho. A nossa metodologia tem uma forma assim: a gente tem um diagnóstico, temos uma série de itens que questionamos o grupo e verificamos com o grupo, se ele tem ou se ele acha importante e aí dizem: - isso é importante, isso a gente não tem, isso a gente precisaria. E dentro desses próprios itens, o grupo decide. E aí a gente vai fazendo as transformações. Muitas vezes questionamos: - Vocês já criaram um regimento interno? Como são as regras do funcionamento? Como vão ser as divisões das tarefas? Quais são os seus direitos, se alguém sáísse, se entrar uma nova pessoa. Daí se o grupo não tem, nós vamos fazendo a construção com o grupo. Essa é a metodologia que a gente usa."

Portanto, vemos que a rede social criada em torno dos

empreendimentos e das entidades de apoio favorece uma maior profissionalização das iniciativas, para que elas possam, de fato, participar do mercado local. Na medida em que novas necessidades vão surgindo, os próprios membros da rede mobilizam outros atores para dar conta das demandas, como universidades e entidades empresariais.

A atuação das instituições locais gera, o que Durston (2003) chamou de “capital social comunitário” uma vez que promovem a participação comunitário-associativa. O Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense é, portanto, indicativo da co-participação de entidades públicas e privadas no desenvolvimento social e econômico das mulheres que compõem os empreendimentos. Em última análise, os encontros do Fórum são também eventos coletivos voltados ao debate e encaminhamentos da Economia Solidária, um evento eminentemente político.

Em uma das reuniões do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense presenciamos as discussões que deram origem à elaboração do estatuto de criação do grupo, que regulamenta as ações da iniciativa. Observou-se que um dos objetivos centrais dos empreendimentos é pressionar o poder público para que ele promova a temática da Economia Solidária no município de Joinville e crie incentivos fiscais para a iniciativa. Nessa reunião ocorreu ainda a divisão da representatividade do Fórum entre os atores sociais que o compõem - entidade de fomento, instituição pública e empreendimentos - para a participação em eventos regionais e estaduais sobre a temática da Economia Solidária como os encontros regionais e estaduais de Economia Solidária.

Na última reunião do Fórum que estivemos presente nos chamou atenção quando, no início, na formação da pauta de assuntos a serem debatidos, o dirigente do ICM, nosso mesmo entrevistado, questiona as participantes - cerca de 60 mulheres, 5 homens e 10 entidades apoiadoras - sobre o que é a Economia Solidária. A questão principal levantada pelo participante é de que a Economia Solidária não é apenas uma forma diferente de comercialização. Por outro lado, afirmava que a Economia Solidária consiste em uma transformação que exige cursos de capacitação, estudos, dedicação. Esse evento ocorrido em nossa presença nos mostrou que o dirigente do ICM, um dos fundadores do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense possui uma certa legitimidade frente as pessoas que integram o Fórum. Após o pronunciamento, que se fez em tom mais acalorado, os participantes concordaram em realizar uma capacitação em Economia Solidária oferecida por uma instituição presente.

4.4 INSTITUTO CONSULADO DA MULHER E SUA INSERÇÃO SOCIAL

Questionamos o dirigente sobre os grupos assessorados pelo ICM, como eram formados e de que forma eram selecionados para participarem das atividades de assessoria. Nesse momento entendemos melhor a mudança de gestão do próprio ICM, que no ano de 2009 deixou de receber as mulheres para as oficinas e passou a deslocar sua equipe para os bairros da periferia de Joinville. Nessa dinâmica, o ICM passou a contar fundamentalmente com a participação de instituições apoiadoras nos próprios bairros atendidos.

"Existem duas formas, uma as pessoas procuram o Consulado porque conhecem o trabalho do Consulado, elas perguntam como participam das feiras dentro do fórum da economia solidária e aí descobre que o Consulado faz esse trabalho de consultoria e vem pro Consulado da Mulher, ou muitas vezes as pessoas não vem pro fórum e vem direto pro Consulado. Se a pessoa estiver sendo assessorada por nós, a gente encaminha pro fórum porque lá ela consegue ter mais articulação.

Os critérios que nós temos no Consulado é escolaridade e renda per cápita e ser mulher, a maioria deve ser mulher. Nas nossas contas apenas 10% são homens. Desde que esteja dentro da escolaridade e da renda per cápita nós assessoramos, sim. Uma outra forma e aí tem o sentido da nossa mudança onde saímos da casa do centro e viemos pra cá (escritório na empresa), tira toda aquela estrutura, da manutenção da casa e das oficinas; fizemos um processo inverso, agora a gente vai pra comunidade; porque quando a gente trabalha com esse público de baixa renda, as pessoas não tem condições de ir até o centro, e não é só um questão de passe; a gente pode articular e dar o passe (passagem de ônibus), mas as mães não tem onde deixar as crianças, elas não se sentem bem, acham que não tem uma roupa pra participar no centro. Daí passamos a utilizar a estrutura que se tem na comunidade, então tem uma associação de moradores, associação da escola. Daí a gente vai pra lá e se for objetivo de geração de renda a

gente faz todo o processo. A gente constrói junto com a comunidade os empreendimentos de geração de renda.

A preocupação central dessa mudança na forma de atingir seu público de interesse foi motivada, conforme a entrevista, pelo fato das atividades realizadas nas casas não atingirem as mulheres de baixa escolaridade e renda, ou seja, o principal objetivo social da iniciativa não estava sendo efetivado.

Em Joinville, além da atuação do Consulado da Mulher no Fórum de Economia Solidária, a equipe vem desenvolvendo atividades nos bairros da periferia da cidade. Com a estrutura que a própria comunidade dispõe, o ICM vem realizando atividades para criar e desenvolver grupos de geração de renda para mulheres.

Quando realizamos a entrevista com o dirigente, o ICM elaborava atividades de formação com um grupo de mulheres da cozinha comunitária de uma comunidade.¹⁴ Conforme nos relatou o dirigente, a ideia é sempre estimular um saber que as próprias mulheres já dispõem, tendo como infraestrutura, uma instituição local, como uma associação de moradores, uma igreja, uma cozinha comunitária, uma escola, etc.

"E a gente começa a comentar com elas, vocês sabem fazer tricot... já pensaram que isso pode gerar renda? E aí, vai trocando ideias com elas e se tiver necessidade de uma oficina pra qualificar aquilo que elas já sabem, levamos uma oficina como tínhamos na casa. Antes o voluntário se oferecia pra ensinar algo, hoje, as oficinas são levadas para as comunidades e atendem uma demanda da própria comunidade."

Avaliando as informações obtidas com a entrevista, pode-se constatar que as mudanças realizadas na atuação do ICM demonstram um processo de inserção social da própria entidade. Se antes a iniciativa se apresentava muito mais como um espaço de convivência social, baseado nas atividades que os voluntários podiam dispor, após a avaliação, o foco central, conforme nosso interlocutor, é atender as necessidades das mulheres, indo até elas e considerando suas

14 A partir da reestruturação, a equipe do ICM se desloca para bairros pobres de Joinville. No caso das Cozinhas Comunitárias, no Bairro Itinga, o Consulado da Mulher se alia a Fundação Pe. Luiz Facchini para promover a geração de renda de mulheres em situação de vulnerabilidade social. Fonte: http://www.paulimadi.com.br/FPF_projetos.htm (acesso em 07 set 2010).

possibilidades e demandas. Por outro lado, entendemos que é uma forma da entidade enxugar os recursos envolvidos na administração do projeto, uma vez que toda a estrutura disponível nas casas deixa de existir, além de funcionários que precisariam ser mantidos nas unidades. Esse processo, conforme demonstrou nossas análises, ocorreu sem uma consulta pública entre as participantes do programa, uma vez que elas não puderam decidir sobre os rumos da iniciativa. As participantes, que já estavam em processo de apoio para a geração de renda e que utilizavam o espaço da casa do Instituto Consulado da Mulher, ficaram apenas na condição de ouvintes e expectadoras dos rumos tomados pelo programa social.

Outros tópicos relevantes foram discutidos com o dirigente da entidade. Questionamos sobre o estatuto legal dos empreendimentos, como o recolhimento do FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço) das participantes. Nosso entrevistado salientou que nenhum dos empreendimentos assessorados dispõe de recursos financeiros para a legalização das atividades, mas que se trata de um passo importante para o desenvolvimento das iniciativas.

Por fim questionamos sobre o apoio institucional da multinacional Whirlpool junto ao Consulado da Mulher e se não haveria uma contradição entre o projeto da empresa – uma cadeia produtiva global, baseada nos princípios da lucratividade a favor dos acionistas e em relações hierárquicas – com a temática da Economia Solidária, que propõe uma outra forma de se conceber o processo produtivo.

Conforme o dirigente, existe o apoio da empresa mas ele acredita que deveria ser mais efetivo. Em relação aos empreendimentos, o principal apoio são os espaços de comercialização no interior das fábricas, para as instalações das lanchonetes de alguns grupos femininos - os "Espaços Solidários", que tivemos a oportunidade de conhecer. Por outro lado, o dirigente acredita que a empresa poderia motivar mais o envolvimento voluntário dos funcionários da indústria.

A principal dificuldade do projeto, no entanto, foi quando, procurou-se por entidades de apoio do âmbito da Economia Solidária que pudessem realizar atividades de formação para a equipe do ICM:

"Sempre foi uma grande luta, até mesmo quando a gente começou o processo de geração de renda, de economia solidária, que a gente foi buscar uma instituição que fizesse, que incubasse o Consulado, é...ninguém queria. Nenhuma instituição, nenhuma incubadora que aceitasse esse processo...houve muito debate. Até que a

gente conseguiu fechar com a Furb (Universidade da Região de Blumenau), ela bancou."

Essa recusa de setores da sociedade voltados ao tema da economia solidária, em dialogar com a iniciativa da Whirlpool pode ser justificada, em vários aspectos pela própria atuação da empresa em indicadores de demissão de empregados. Na recente crise econômica mundial a empresa anunciou o fechamento de cerca de cinco mil postos de trabalho na Europa e nos Estados Unidos, alegando retração do consumo dos produtos da linha branca.

Na próxima seção elencamos os principais tópicos abordados nas entrevistas com as integrantes dos grupos de economia solidária apoiados pelo ICM. Focamos principalmente nas questões que esclarecem sobre o surgimento dos grupos e sobre o papel que o ICM exerceu no desenvolvimento das iniciativas. Com base nas entrevistas compreendemos as principais demandas dos grupos e como o ICM se relaciona com as integrantes.

4.5 GRUPOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: APOIO INSTITUCIONAL PARA GERAÇÃO DE RENDA

Desde que surgiu o programa social da empresa, uma das suas vertentes de atuação era o projeto “Usinas do Trabalho” com atividades voltadas à assessorar a criação e o desenvolvimento de grupos femininos para a geração de renda nas cidades de Joinville e Rio Claro. Em Joinville, um dos primeiros grupos incubados foi o Cooperanti, uma cooperativa localizada na periferia da cidade, que atua na reciclagem de resíduos sólidos. Em Rio Claro, o Consulado da Mulher apoiou o desenvolvimento de uma cooperativa de lavanderia popular.

Desde 2007 o projeto passa por uma avaliação da Whirlpool e iniciou-se, a partir de então, um processo para a sua expansão, atingindo cidades onde não há nem os escritórios do ICM nem mesmo o campo fabril. Assim, com o apoio de outras entidades – Ongs, Oscip, universidades, fundações, órgãos públicos – o ICM distribui sua metodologia de assessoria à grupos femininos de geração de renda e, além disso, disponibiliza eletrodomésticos necessários à produção dos artigos dos empreendimentos. A ideia é que grupos femininos de Economia Solidária espalhados pelo país e que já possuam o apoio de outras instituições possam ter acesso a "tecnologia social" aplicada pelo

ICM.¹⁵ Até o primeiro semestre de 2010 oito estados brasileiros possuíam algum empreendimento apoiado pela iniciativa da Whirlpool, em processo de geração de renda (CONSULADO DA MULHER, s/d). Quando entrevistamos o dirigente do ICM, questionamos essa expansão e buscamos entender melhor esse processo. Nosso interlocutor nos comunicou que, por se tratar de uma nova proposta do ICM, ainda não haviam balanços e análises que ele pudesse nos mostrar.

Durante nossa presença nos encontros do Fórum de Economia Solidária de Joinville, conhecemos alguns grupos apoiados pelo ICM e agendamos as entrevistas. Sendo o nosso principal objetivo de pesquisa, compreender o processo de surgimento do ICM e como a entidade mantém canais de diálogo com a sociedade, buscamos averiguar como as integrantes dos grupos de geração de renda conheceram a instituição. Nos interessa, de fato, compreender que tipo de dinâmica social se configura através da inserção do ICM junto ao chamado terceiro setor presente no município.

A primeira iniciativa que travamos contato foi o "Recriando com Fibras", composto atualmente por duas mulheres e em processo de apoio há dois anos junto ao ICM. A atividade desenvolvida pela dupla consiste em transformar fibras naturais do caule da bananeira em matéria-prima para a confecção de papéis reciclados, cartões, blocos, bijuterias, caixas, entre outros produtos, para serem comercializados nas feiras. O local da realização da entrevista foi no próprio atelier, onde pudemos conhecer como é realizado o processo de desenvolvimento dos produtos. Abordamos questões como o surgimento do empreendimento, o apoio do ICM e de outras entidades e a importância dos princípios da economia solidária na gestão da iniciativa.

Com base nas entrevistas realizadas, constatou-se que o primeiro contato que as integrantes do "Recriando com Fibras" travaram com o ICM foi justamente através do Fórum de Economia Solidária. Inicialmente o grupo era composto por 32 mulheres da região rural de Joinville que recebiam o apoio de várias entidades, entre elas, a Fundação 25 de Julho (voltada à capacitação técnica no meio rural) e a faculdade Univile – Universidade de Joinville. A aproximação do grupo com o ICM se deu através da realização de cursos sobre os princípios da

15 Tecnologia Social compreende produtos, técnicas ou metodologias reaplicáveis em contextos sociais distintos, desenvolvidas na interação com a comunidade e que representem possíveis soluções de problemas sociais, como acesso à renda, recursos hídricos, alimentação, energia, educação entre outros. Fonte:<<http://www.tecnologiasocial.org.br/bts/publicador.doop=noticia&codigoNoticia=1&codigoTipoTexto=2>> acesso em 20 de julho 2010.

Economia Solidária e, principalmente, com a doação de eletrodomésticos para a produção da matéria-prima dos artigos. Conforme uma das entrevistadas:

O começo foi dando os maquinais pra gente produzir a fibra. Depois, a gente fez um curso de economia solidária, eu fiz um curso de 200 e poucas horas de economia solidária, através do Instituto Consulado da Mulher. Mas a economia solidária é uma vivência, economia solidária é o dia-dia que a gente faz, que a gente participa, uma troca.

Estimulamos as entrevistadas a exporem suas observações sobre a Economia Solidária:

O que a gente mais leva a termo da economia solidária é a parte da não escravidão do trabalho, da não obrigatoriedade de você cumprir um horário específico de trabalho e deixar a tua vida de lado. A gente tem a vida que tem o dentista, tem o médico, tem filho, tem cachorro, tem tudo, a gente tem toda uma vida que a gente tem que levar junto com o trabalho, enquanto que se se trabalha no setor privado, a gente tem que deixar a vida de lado.

A outra participante confirma as impressões sobre a economia solidária, afirmando as vantagens da atividade econômica poder estar harmonicamente inserida na vida social. Na visão dela, o sistema capitalismo rompe as relações sociais:

O capitalismo te suga. Você não tem família, não tem nada. E a gente aprendeu que não. A gente pode conciliar uma vida normal e fazer as coisas, com o empreendimento, com o trabalho. A gente põe o marido a trabalhar junto, os filhos, tudo de uma maneira mais leve e tu consegue trabalhar, a economia solidária ensina isso, conviver com o teu trabalho sem ser escravo do trabalho.

Para as integrantes do Recriando com Fibras, o Instituto Consulado da Mulher é como uma grande família, na medida em que elas podem contar com os conselhos e orientações dos integrantes da entidade e alegam poder confiar nas relações estabelecidas com eles. As atividades de orientação financeira e de contabilidade foram as oficinas

que mais se destacaram entre as oferecidas quando o ICM ainda disponibilizava a casa e que mais auxiliaram para o desenvolvimento dos negócios da dupla. As entrevistadas ainda destacaram a participação de suas famílias na elaboração dos produtos e o bem-estar gerado pela confecção de peças artesanais como as principais mudanças em suas vidas depois de participarem das atividades do ICM.

Atualmente, além do apoio do ICM, o empreendimento recebe orientações do SEBRAE que as auxilia na criação de uma identidade cultural dos artigos. Conforme nos relatou uma das entrevistadas, o objetivo é criar produtos que sejam vendidos como lembranças da região de Joinville. A interlocução existente entre o empreendimento e o SEBRAE só foi possível através da mobilização do ICM em conjugar novos parceiros institucionais para apoiarem os grupos. A principal demanda desse grupo, conforme nossa entrevista, é poder dispor de um local próprio para a comercialização dos produtos, posto que no momento as atividades de venda restringem-se às feiras da cidade, dificultando a geração de renda da iniciativa. O perfil das participantes, conforme constatamos por meio de nossa entrevista, não coincide com o público-alvo do ICM. Trata-se de mulheres com alta formação escolar, inclusive com nível superior e renda elevada.

O acompanhamento do ICM junto aos empreendimentos se dá via metodologias próprias do setor empresarial. Para a elaboração de relatórios de desenvolvimento das atividades e demandas dos grupos, o ICM utiliza as diretrizes presentes na certificação ISO 9000 (e também ISO 14000 entre outras), o chamado PDCA (planejamento, desenvolvimento, checagem e avaliação). As diretrizes utilizadas para o processo são agrupadas em eixos temáticos como: planejamento e gestão, resultados econômicos, formalização do empreendimento, economia solidária e autogestão, gênero e melhoria nas relações, responsabilidade ambiental, entre outros. Conforme a página virtual da entidade, a metodologia criada pelo ICM foi reconhecido nacionalmente. A 5ª edição do Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social, realizado em 2009, certificou a iniciativa como “tecnologia social”, classificação destinada à propostas inovadoras de desenvolvimento, que consideram a participação da comunidade no processo (CONSULADO DA MULHER, s/d).

Tivemos a oportunidade de entrevistar outros grupos apoiados pelo ICM: um do ramo de produção e comercialização de alimentos e outro de artigos artesanais têxteis.

O grupo "Delícias Solidárias" destacou-se em relação aos demais, uma vez que possui um espaço de comercialização dentro da unidade

fábrica da empresa Whirlpool. O espaço fica na entrada do prédio principal da fábrica, próximo ao local onde ficam expostos os produtos fabricados pela Whirlpool. A lanchonete bem como os eletrodomésticos utilizados pelo grupo foram cedidos pela empresa.

A origem do “Delfícias Solidárias” remonta à época do funcionamento da casa do Instituto Consulado da Mulher, pois conforme nos explicou a participante, foi durante as oficinas de culinária que foram dados os primeiros passos para o surgimento do empreendimento. A foto abaixo retrata o espaço cedido pela empresa para a comercialização dos produtos.



Foto 2 - Lanchonete “Espaço Solidário” na Whirlpool de Joinville/SC.

Questionamos as principais atividades desenvolvidas através da assessoria do ICM e que tipo de incentivos a Whirlpool promove junto ao grupo. As participantes destacaram as atividades de formação, como os ensinamentos sobre precificação dos itens comercializados e as palestras sobre segurança dos alimentos, ou seja, as formas corretas de produção, transporte e armazenamento dos alimentos. Sobre os apoios realizados diretamente pela empresa, o grupo destacou as encomendas de alimentos feitas para alguns eventos corporativos como *workshops* e palestras. As entrevistadas salientaram que o ICM teve um papel fundamental em suas vidas e que foi, através do apoio da instituição e da Whirlpool que elas puderam, de fato, gerar renda e auxiliar no

orçamento doméstico. Elas destacaram ainda que o fato de participar de uma atividade lucrativa não se limita ao fato de “levar dinheiro para casa”, mas contribui para formar uma nova visão delas perante seus maridos, filhos, vizinhos e amigos.

Realizamos a entrevista com o terceiro grupo em uma feira semanal de artesanatos que ocorre em um dos supermercados do município de Joinville. O grupo “Fuxicos e Agulhas” produz artigos femininos como bolsas, lenços, bijuterias, entre outros, e é composto por três integrantes. Entrevistamos uma das participantes, moradora da periferia da cidade e que se enquadra nas especificações de público-alvo do ICM, baixa escolaridade e renda familiar.

Através de nossos questionamentos, constatou-se que o grupo formou-se primeiramente com o apoio da entidade federal “Casa Brasil”, uma instituição localizada em áreas de baixo índice de desenvolvimento humano, que tem como objetivo promover o desenvolvimento local com base na economia solidária e no acesso ao conhecimento. Foi na própria entidade que o grupo teve o primeiro contato com o Instituto Consulado da Mulher, por meio de oficinas e cursos para a capacitação do empreendimento. A entrevistada destacou as atividades de precificação dos produtos realizadas pelo ICM como um fator fundamental para a profissionalização da iniciativa.

Questionamos sobre as mudanças que, por ocasião do apoio do ICM, ocorreram na vida das participantes. Os principais aspectos levantados pelas entrevistadas foram: geração de renda e captação de recursos para o auxílio no orçamento doméstico, elevação da autoestima, aumento do círculo de amizades, aprendizagem de ofícios e técnicas que estimularam a geração de renda, melhora na qualidade de vida e na saúde física e mental, melhora na relação com familiares.

Questionamos todas as entrevistadas sobre as mudanças ocorridas no ICM, em particular, pelo fechamento da casa da entidade e como isso repercutiu nas operações de seus empreendimentos:

Antes era uma casa, a casa era nossa, a gente ia todo dia. O grêmio (escritório do ICM) lá é da Whirlpool, a gente ainda se sente constrangida. Teve uma reunião lá semana retrasada, e a gente sente assim... o grêmio é da Whirlpool, não é nosso, a casa antes era nossa, a gente se sentia mais aconchegada. Mas não mudou, o tratamento vai ficar um pouco mais distante, não tão social. E a casa a gente usava mesmo, precisava de um lugar pra reunião, usava a casa, precisava de um lugar pra trabalhar de noite, fechar um pedido,

não tinha pra onde ir, usava a casa, a gente usava a casa pra muita coisa, a casa era nossa.

Portanto, percebe-se que as avaliações e adequações dos projetos do ICM, se por um lado, buscam adequar-se aos objetivos gerais da entidade, ou seja, a geração de renda para mulheres de baixa escolaridade e renda, por outro lado, causam desvios nas atividades que vinham sendo desenvolvidas com os grupos femininos.

As entrevistas realizadas com as integrantes dos grupos apoiados pelo ICM mostram que a sociedade civil teve um papel de destaque quando a empresa busca criar e desenvolver seu principal programa de Responsabilidade Social. Em dois casos, os grupos “Recriando com Fibras” e o “Fuxicos e Agulhas” eram iniciativas que já existiam, embora com outros parceiros institucionais. Assim, a equipe do ICM, ao entrar em contato com as demais entidades do terceiro setor da região de Joinville, passa também a apoiar certos grupos. O que nossas entrevistadas revelaram é que o ICM foi uma peça fundamental para suas iniciativas, aos lhes fornecer os meios de produção, cursos e atividades de formação e acesso a outros parceiros como o SEBRAE.

CAPÍTULO 5

CONCLUSÕES

Nessa pesquisa objetivamos refletir sobre um novo movimento presente entre as organizações econômicas: a inserção das empresas na esfera da implementação de ações sociais. Como objetivo geral, intencionamos compreender os processos que deram origem à institucionalização do programa social Instituto Consulado da Mulher, uma organização da sociedade civil, desenvolvida e mantida pela empresa Whirlpool no cenário nacional. A compreensão do surgimento e desenvolvimento dessa temática nos foi possível a partir do resgate histórico das determinantes sociais que convergiram para impulsionar o lema da RSE.

A Sociologia Econômica e sua proposta de ler os fenômenos econômicos como fenômenos sociais e, portanto históricos, mostrou-se uma correta abordagem para iluminar nossa problemática. Nesse sentido, buscamos compreender os contextos social e político que deram base ao surgimento da temática. Nosso estudo reitera a teoria, a qual afirma que as instituições econômicas são instituições sociais, construídas com base nas relações entre empresa e sociedade. Portanto, o que se vê são normas, preceitos éticos e valores a impulsionarem as organizações para que elas sejam além de atores econômicos, sejam também atores envolvidos no desenvolvimento das sociedades contemporâneas. Nossa metodologia de pesquisa realizada com base nas entrevistas e nas observações participantes do Fórum de Economia Solidária, revela-nos o que, de fato, a teoria sociológica postula: as empresas são construções sociais e não agentes econômicos isolados das estruturas e das instituições sociais.

Discutimos o cenário histórico de onde emergem as práticas sociais das empresas: as particularidades das sociedades e dos contextos políticos evidenciaram que as companhias precisam se adequar as características sociais e culturais de cada período. Hoje, não basta que uma marca seja lucrativa e que gere empregos e tributos, sua imagem deve estar vinculada à valores acordados e à preocupações sociais e ambientais. Ainda que tal postura sirva para legitimar sua lógica instrumental, o que se constata é que suas ações devem fazer parte da agenda sócio-política das sociedades atuais.

De fato, a origem da RSE pode ser remetida diretamente aos processos de acirramento da competição nos mercados, maior vigilância pública pela observância de normas e convenções sociais pelas

empresas, crise no modelo estatal de Bem-Estar Social e a emergência do chamado terceiro setor na resolução das questões públicas. O fenômeno traduz o compartilhamento pela responsabilidade de questões sociais entre agentes para além do Estado, incluídas nessa dinâmica as fundações e instituições privadas criadas pelas empresas nacionais e internacionais.

Nesse cenário, autores identificam um tipo de "colonização" do campo da ação social pelos princípios, lógicas e metodologias de gestão próprias do setor empresarial, que estariam privatizando a esfera pública, na medida em que reduz as questões políticas a questões de eficiência técnica e desqualifica o Estado como executor de políticas sociais. Em última instância, resultaria na extinção da autonomia das organizações da sociedade civil, ao colocar em cheque sua capacidade de constituírem-se como produtoras de sujeitos capazes de lutas políticas emancipatórias (Paoli, 2003).

Nossa pesquisa empírica demonstra que, em certos aspectos, esse processo de "colonização", de fato, ocorre. O Instituto Consulado da Mulher é uma instituição criada e mantida pela Whirlpool com a função específica de atuar na área social, em especial em questões de equidade de gênero e geração de renda. Por outro lado, observou-se que o processo que envolve a criação da entidade é permeado pela presença de serviços de consultorias para a orientação, planejamento e avaliações demonstrando a presença de padrões e lógicas semelhantes aos existentes no campo empresarial. Portanto, a questão principal que daí decorre consiste em entender que o programa social mantido pela empresa, embora tenha objetivos que participam de uma arena pública, são avaliados e geridos segundo a lógica da empresa, de eficiência e consecução de metas fixadas a *priori*. Funcionários da empresa e indivíduos da sociedade participam da iniciativa na medida em que podem colaborar com serviços voluntários, restringindo suas ações em atividades de prestação de serviços gratuitas.

Não tínhamos a pretensão de averiguar o alcance social das ações formuladas pelo Instituto Consulado da Mulher. Nosso objetivo principal com este trabalho foi o de apreender a construção de um projeto de responsabilidade social a partir dos atores chave nesse processo e das interações que a empresa realiza nessa dinâmica.

O Instituto Consulado da Mulher representa o estágio ulterior de um processo de racionalização das ações sociais da empresa. Até a criação da iniciativa, as atividades restringiam-se à doações isoladas, sem foco ou metodologias de aplicação e avaliações. A antiga filantropia empresarial transformou-se em ações programadas e

sistemáticas de apoio ao desenvolvimento social, incorporadas à lógica do planejamento estratégico das corporações. De fato, a empresa apresenta uma trajetória de ações voltadas à comunidade, no entanto, foi com o surgimento do ICM, que a organização preocupou-se em alinhar objetivos sociais com as estratégias mais amplas de suas marcas. O ICM representa o estabelecimento de múltiplas relações sociais entre empresa, instituições públicas, sociedade civil e trabalhadores. O Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense é, por excelência, um espaço de interlocução entre agentes da sociedade civil, fundações, órgãos públicos e grupos femininos de economia solidária. A rede estabelecida entre o ICM as demais instituições promovem o capital social dos empreendimentos, fortalecendo-os para a geração de renda.

Ao observarmos esse processo de inserção social do ICM, que vem ocorrendo desde nossa primeira pesquisa, em 2007, podemos sugerir que a entidade busque consolidar sua atuação baseada no estabelecimento de redes sociais. Hoje, com a extinção da casa da entidade e com o estabelecimento dos postos avançados nos bairros, a entidade dialoga cada vez mais com outras instituições presentes na sociedade. Tais instituições, por estarem há mais tempo nessas localidades, são para o ICM, pontes para o público-alvo pretendido, tal como descrevera a sociologia estrutural de Granovetter (1973). De fato, se o Consulado da Mulher buscar estabelecer relações com, por exemplo, Delegacias especializadas em violência feminina ou escolas que possuam altas taxas de evasão escolar, porque os filhos necessitam ajudar nas despesas domésticas, acreditamos que estará atingindo com maior eficácia o seu público-alvo.

Contudo, não obstante nossa revisão bibliográfica, documental e empírica, tratamos de um tema contingente, incerto, em constante disputa. Acreditamos, sobretudo, que nenhuma ação humana é estritamente instrumental. A ação econômica é permeada de valores, paixões, interesses, dádivas e cálculos.

Se, por um lado, o estudo do lema da RSE nos mostra que as instituições econômicas são construções sociais, por outro lado, não se pode afirmar que o fenômeno signifique uma rendição do ethos empresarial à uma lógica estritamente social. A postura da Whirlpool, anunciada como uma organização comprometida com o desenvolvimento sustentável e com princípios éticos e solidários foi ao mesmo tempo marcada por denúncias de desvios legais, formação de cartel, ausência de transparência corporativa e demissão de empregados. Com efeito, embora a existência de programas sociais corporativos indique que as organizações estejam mais atentas ao seu entorno social,

colaborando e promovendo a redução das disparidades sociais, esse movimento coexiste com uma orientação autárquica e instrumental por parte de seus dirigentes.

Como item para uma futura agenda de pesquisa pode-se sugerir o papel que vem exercendo os princípios, lógicas e posturas próprias da RSE, que compõe o que Barbosa (2002) chama de cultura da empresa, junto aos trabalhadores das corporações. Que tipo de incentivos extra-legais vem sendo promovido no interior das organizações contemporâneas e quais impactos exercem na representação política desses indivíduos. Por outro lado, no campo da responsabilidade social ambiental das empresas, sugere-se estudos que visem comparar o cumprimento da legislação competente com os projetos da área, para a verificação da veracidade dos discursos empresariais.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Mac Donald Campos. **A Percepção da Responsabilidade Social nas Relações de Trabalho**. Florianópolis, 2006. 74f.

Monografia. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Curso de Graduação em Ciência Sociais.

ASHLEY, Patricia Almeida et alii. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. Editora Saraiva: 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 16001: Responsabilidade Social – Sistema de Gestão – Requisitos**. Rio de Janeiro, 2004.

BARBOSA, Livia. Globalização e Cultura de negócios. In: KIRSCHNER, Ana Maria et alii (Eds). **Empresa, empresários e globalização**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002, pp. 211-225.

BNDES. **Balanco social e outros aspectos da responsabilidade social corporativa**. Rio de Janeiro: BNDES; AS; GESET, mar. 2000. (Relatório Social, 2).

BOWEN, H.R. **Social Responsibilities of the businessman**. Nova Iorque: Harper & Brothers Publishers, 1953.

BOURDIEU, Pierre. The Forms of Capital. In: RICHARDSON, J. G. (org). **Handbook of theory and research for sociology of education**. New York: Greenwood, 1985.

BRESSER PEREIRA, L.CGRAU, Nuria Cunnill. **O Público não-estatal na reforma do estado**. Rio de Janeiro, FGV, 1991.

CAPPELLIN et al. As Organizações empresariais e a responsabilidade das empresas. In KIRSCHNER, Ana Maria; GOMES, E.; CAPPELLIN, Paola (Orgs.). **Empresa, empresários e globalização**. RJ: FAPERJ e Relume Dumará, 2002.

CAPPELLIN, Paola; GIFFONI, Raquel. As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul. **Cad.**

CRH, 2007, vol.20, n.51, pp. 419-434

CARDOSO, Ruth. Sustentabilidade, o desafio das políticas sociais no século 21. **São Paulo Perspec**, 2004, vol.18(2), pp.42-48.

CHEIBUB, Zairo; LOCKE, Richard. Valores ou interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social. In: KIRSCHNER, Ana Maria et alii (Eds). **Empresa, empresários e globalização**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002, pp. 279-291.

COLEMAN, J.S. Foundations of Social Theory. Cambridge-Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press, 1990.

COLOGNESE, S. A., MÉLO, J. L. B. de. A Técnica de Entrevista na Pesquisa Social. In : Pesquisa Social Empírica: Métodos e Técnicas. **Cadernos de Sociologia**. Porto Alegre, PPGS/UFRGS, v. 9, 1998.

COSTA, Maria Alice Nunes. Sinergia e capital social na construção de políticas sociais: a favela da Mangueira no Rio de Janeiro. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, n. 21, Nov. 2003.

_____ **Mudanças empresariais no Brasil contemporâneo: o investimento social privado na saúde é uma nova forma de solidariedade?** Rio de Janeiro. Tese de Doutorado (Planejamento Urbano e Regional, IPPUR). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

DAGNINO, Evelina. Construção democrática, neoliberalismo e participação: os dilemas da confluência perversa. **Política e Sociedade**. 2004, n.5. pp.139-164.

DINIZ, Eli. Globalização, Reforma do Estado e Teoria Democrática Contemporânea. **São Paulo Perspec**, 2001, vol.15(4), pp.13-22.

DIEESE. **Normas de responsabilidade social da ISO e da ABNT:** subsídios para o movimento sindical. São Paulo: DIEESE, jul. 2006. (Nota Técnica, 29). Disponível em:
<http://www.dieese.org.br/notatecnica/notatec29responsabilidadesocial.pdf>

DOSSE, F. **O Império do Sentido: a humanização das ciências**

humanas. Bauru: UDUSC, 2003.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

DURSTON, John. **Qué es el capital comunitario?** Santiago de Chile: Cepal/Eclac, julio de 2000.

ETHOS. INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos de responsabilidade social empresarial**. São Paulo: 2003.

FALCONER, A. P.; VILELA, R. **Recursos privados para fins públicos: as grantmakers brasileiras**. São Paulo/Petrópolis: Grupo de Institutos Fundações e Empresas, 2001.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FRIEDMAN, Milton. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, Sep 13, 1970. p. 122-126.

_____. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

GAIGER, L. Inácio. A Economia Solidária e o valor das relações sociais vinculantes. **Rev. Katálýsis**. V. 11 n.1 jan/jun. 2008, p. 11-19.

GOLDSTEIN, Ilana. **Responsabilidade Social. Das grandes corporações ao terceiro setor**. São Paulo. Ática, 2007.

GRANOVETTER, Mark. **Getting a job**. A study of contacts and careers. Cambridge, Harvard University Press, 1973.

_____. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, 91(3): 481-510, 1985

GROS, Denise B. Desafios da responsabilidade. As atualizações entre práticas e discursos. In: GROS, Denise et alii (Eds). **Empresas e grupos empresariais: atores sociais em transformação**. Juiz de Fora: Ed. UFJF, pp. 43-61, 2005.

HAGUETTE, Teresa M.F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**.

Petrópolis: Vozes, 1999 (6ª ed.).

JACQUES, Caroline da Graça. **Responsabilidade Social Empresarial: Um Estudo sobre a Prática Socialmente Responsável a partir da Empresa Multibrás S.A – Joinville/SC.** Florianópolis, 2007. 54f. Monografia. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Curso de Graduação em Ciências Sociais.

KARKOTLI, Gilson; ARAGAO, Sueli Duarte. **Responsabilidade social: uma contribuição a gestão transformadora das organizações.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

KIRSCHNER, Ana M. A sociologia diante da globalização: possibilidades e perspectivas da sociologia da empresa. **Antropolítica.** Niterói EDUFF n. 4, p. 19-30,1998.

_____ A sociologia da empresa e responsabilidade social das empresas. **Revista Nueva Sociedad.** N. 202.mar/abril 2006. Disponível em:<http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_2.pdf> Acesso em 02Mai. 2009

_____ Considerações sobre a responsabilidade social das empresas em contextos de desigualdade e exclusão. **Política e Sociedade.** 2009, n.15. pp.99-116.

KIRSCHNER, Ana Maria et alii (Eds). **Empresa, empresários e globalização.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

MANUAL DO GLOBAL COMPACT . Disponível em <<http://www.pactoglobal.org.br>> Acesso em 3 fev. 2010

MARQUES, Rafael. Os Trilhos da Nova Sociologia Econômica in: **A Nova Sociologia Econômica,** Celta, 2003,

MARTES; DURAND; ABRAMOVAY. Apresentação à edição brasileira. In: **Sociologia Econômica.** STEINER. P. São Paulo: Atlas, 2006.

MÜLLER. LÚCIA H. A construção do social a partir da ótica empresarial. Trabalho apresentado no V Workshop Empresa,

Empresários e Sociedade. Disponível em <
<http://www.fee.tche.br/5workshop/index.htm>>

MULTIBRÁS. **Relatório de Atividades Sociais 2004**. Disponível em http://www.multibras.com.br/site/files/f7f1_relatorio.social.2004.pdf

POLANYI, Karl. **A Grande Transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

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

PELIANO, Anna M. T. M. (coord.) A iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas do sudeste brasileiro. Brasília: IPEA, 2006. Disponível: www.ipea.org.br

PUTNAM, R. **Comunidade e Democracia**. Rio. Fundação Getúlio Vargas, 2002.

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na Sociologia Econômica Clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 57, 2005. pp. 127-142.

_____ A Construção Social do Mercado em Durkheim e Weber, **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 2005b.

SCHERER, Clóvis. ISO 26000: conclusão em 2010. **Primeiro Plano**. responsabilidade social & desenvolvimento sustentável. Florianópolis, Nº8 , Dez. 2007.

SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.

Steiner, Phellipe. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

STUART MILL, John. Da definição da economia política e do método de investigação próprio a ela. In: **Stuart Mill. Bentham**. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

SWEDBERG, Richard. **Max Weber e a ideia de sociologia econômica**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

_____ & GRANOVETTER, Mark. Introduction. In: GRANOVETTER, Mark; WEDBERG, Richard (Eds). **The Sociology of economic life**. Princeton: Princeton University Press, 1992 pp. 1-26.

TEIXEIRA, Ana Cláudia Chaves. **Identidades em construção: as organizações não governamentais no processo brasileiro de democratização**. São Paulo: Annablume; Fapesp; Instituto Polis, 2003.

TORQUATO, Juliana. **A Responsabilidade Social em duas unidades do Setor Elétrico Brasileiro: Relações, Significados e Avaliações**. Florianópolis: 2007. 140 f. Dissertação (Mestrado). Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-graduação em Sociologia Política.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade Social das Empresas**. Disponível em http://www.balancosocial.org.br/ART_2002_RSE_Vertical.pdf

UNIÃO EUROPÉIA. **European business declaration against social exclusion**, 1995. Disponível em: <www.csreurope.org/aboutus/socialexclusion_page393.aspx#Principles_of_an_overall_strategy em: www.copenhagencentre.org/graphics/CopenhagenCentre/Publications/Partnership_Alchemy.pdf> Acesso em 10 nov 2009.

_____. **Livro Verde: promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas**, 2001. Disponível em: <<http://europa.eu/scadplus/leg/pt/cha/c00019.htm>> Acesso em 11 nov 2009.

VIEIRA, Liszt. **Os argonautas da cidadania. A sociedade civil na globalização**. Rio de Janeiro/São Paulo, Editora Record, 2001.

Vinha, V. Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: uma Aplicação Contemporânea do Conceito do Enraizamento Social, **Econômica** v 3 n2 dez. 2001 (impresso em set. 2003)

WANDERLEY, Fernanda. Avanços e desafios da Nova Sociologia

Econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado – uma introdução. **Sociedade e Estado**, 17(1), 2002, pp. 15-38.

WEBER, Max. **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 1982.

Whyte, William Foote. **Sociedade de esquina**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

WHIRLPOOL. Relatório de Atividades Sociais 2004. Disponível em <http://www.whirlpool.com.br/site/p/responsabilidade-social/relatorio> acesso em 20 ago 2009.

WHIRLPOOL. Relatório de Sustentabilidade 2007-2008. Disponível em http://www.multibras.com.br/site/files/c308_relatorio.pdf acesso em 08 set 2009.

WHIRLPOOL. Relatório de Sustentabilidade 2009-2010. Disponível em <http://www.whirlpool.com.br/site/p/responsabilidade-social/relatoriodesustentabilidade> acesso em 07 set 2010.

Sites consultados:

www.whirlpool.com

www.whirlpool.com.br

www.institutoconsuladodamulher.org.br

www.dieese.org.br

www.bndes.gov.br

www.ipea.gov.br

ANEXOS

I- Roteiro das entrevistas com as participantes dos grupos apoiados pelo ICM

- 1- Você/ a senhora participa com frequência das atividades do Instituto Consulado da Mulher. Gostaria que me contasse como conheceu o projeto.
- 2- Para a senhora, o que significa o Instituto Consulado da Mulher? Descreva o que a motiva vir participar das oficinas.
- 3- Conte-me um pouco sobre as oficinas do Consulado que a senhora participa, quais são os pontos mais positivos e dificuldades encontradas na sua opinião?
- 4- A senhora costuma convidar familiares e amigas para participarem das oficinas do Consulado? Costuma compartilhar as informações aprendidas através das oficinas e das campanhas com elas/eles?
- 5- Como a senhora enxerga a sua vida antes de vir para o Instituto e agora, o que mudou?
- 6- Que diferença faz o conhecimento aprendido nas oficinas para a sua vida? A senhora faz planos para o seu futuro profissional?
- 7- E nas suas relações pessoais, com a família (filhos, esposo, se houver) a senhora percebeu alguma diferença depois que começou a fazer parte das oficinas?

II – Roteiro da entrevista com o coordenador do ICM – Joinville-SC

- 1 - Como surgiu o Instituto Consulado da Mulher?
- 2 - Como e por quem foi tomada a decisão de se criar um projeto social que fomentasse a educação de gênero e a geração de renda com base nos princípios da economia solidária?
- 3 - Qual a sua trajetória dentro da ICM e qual o seu papel atualmente?
- 4 - Como é a atuação do ICM no Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense?
- 5 - De que forma o Fórum pode contribuir para um maior empoderamento dos empreendimentos de economia solidária da região?
- 6 - Na sua visão, como as instâncias governamentais têm apoiado o tema da Economia Solidária atualmente?
- 7 - Quantos são os empreendimentos apoiados pelo ICM de Joinville atualmente e como é o processo de seleção para a escolha desses empreendimentos?
- 8 - Como é o apoio do ICM a esses grupos, quais são as atividades realizadas junto a eles?
- 9 - Qual o estatuto legal dos empreendimentos?
- 10 - Quais são os parceiros institucionais que apóiam o ICM e/ou que apóiam os empreendimentos solidários na cidade de Joinville?
- 11 - Quais os motivos que levaram o ICM a deixar de atuar com a sua sede principal e passar a estruturar suas atividades com os postos avançados? De quem foi a decisão?

III – Regimento Interno do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense

FÓRUM DE ECONOMIA SOLIDÁRIA DO NORTE CATARINENSE - SC

REGIMENTO INTERNO

CAPÍTULO I

Da Natureza

Art. 1. O Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense é uma organização informal, de caráter regional, que congrega empreendimentos de economia solidária (cooperativas, associações, empresas autogestionárias, grupos informais de produção, comercialização e consumo, agroindústrias familiares, empreendimentos individuais), movimentos sociais e culturais, poder público afins e instituições da sociedade civil que atuam no desenvolvimento da economia solidária - seja no fomento, na assessoria ou na articulação.

Art. 2. O Fórum terá duração indeterminada.

Art. 3. O Fórum tem como missão:

Difundir a cultura da Economia Solidária e promover a inclusão social, por intermédio da articulação de políticas públicas, organizando e capacitando pessoas e empreendimentos populares para o desenvolvimento de um novo modelo econômico cooperativo e sustentável.

CAPÍTULO II

Dos Objetivos

Art. 4. Objetivo Geral:

Articular, fortalecer e representar o movimento da Economia Solidária

de Joinville e Região Norte frente à sociedade e aos Poderes Públicos, contribuindo na construção de um novo modelo sócio econômico através da orientação de ações e mobilizações em torno das bandeiras de luta do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES).

Art. 5. Objetivos Específicos:

- a) Representar o movimento da Economia Solidária frente á sociedade e aos Poderes Públicos;
- b) Promover estratégias de desenvolvimento sustentável através de planos, projetos e ações voltados para a criação e fortalecimento de Empreendimentos de Economia Solidária;
- c) Promover a formação pessoal, social, econômica, ambiental, técnica e política de trabalhadores e trabalhadoras dos Empreendimentos de Economia Solidária;
- d) Promover e estimular ações que contribuam para a formação de uma consciência social sobre a Economia Solidária;
- e) Estimular a participação no Fórum Regional, Estadual e Brasileiro;
- f) Articular com agentes públicos e financeiros o acesso facilitado a informação sobre linhas de crédito e como acessa-las e divulga-las;
- g) Apoiar a criação de instituições de finanças, moedas sociais, Mercados e Clubes de Trocas Solidárias;
- h) Estimular a construção e reflexão sobre o tema Economia Solidária;
- i) Apoiar a formação de cooperativas, associações e empresas de autogestão, com vistas à geração de trabalho e renda, emancipação política dos empreendimentos e sustentabilidade ambiental;
- j) Estimular o envolvimento, comprometimento e a formação dos gestores públicos municipais com a economia solidária;
- k) Incentivar a participação da sociedade nas ações do Fórum de Economia Solidária ;
- l) Atuar na implementação e funcionamento de instancias de controle social de políticas publicas;
- m) Educar para a solidariedade, trabalho emancipado, combate a discriminação de desigualdades de gênero, raça, etnia, segmentos religiosos e comunidades socioculturais;
- n) Estimular, fomentar e divulgar a prática da solidariedade, do consumo ético e do comercio justo e solidário;
- o) Propor a construção de políticas públicas através de um dialogo permanente com o poder publico, voltadas para o apoio e fomento da Economia Solidária;

- p) Propor a construção de legislação municipal de Economia Solidária, contribuindo para a criação de uma legislação tributária diferenciada que busque um tratamento especial para o registro de empreendimentos, com isenção de pagamento de licenças, taxas, alvarás e redução de impostos;
- q) Estimular a criação de espaços públicos e potencializar os já existentes para a comercialização e produção de produtos e serviços da Economia Solidária;
- r) Promover eventos culturais conjuntamente com os espaços de comercialização que promovam a cultura da solidariedade e da cooperação;
- s) Fomentar a criação e manutenção de feiras municipais, regionais e estaduais incentivando a participação dos empreendimentos, da comunidade, dos órgãos públicos e entidades de apoio;
- t) Fomentar redes municipais de produção, distribuição, comercialização, consumo e compra coletiva por segmento;
- u) Incentivar a criação de um fundo municipal de Economia Solidária;
- v) Apoiar e buscar recursos financeiros para a participação em feiras, exposições, cursos de formação e outros eventos para os empreendimentos econômicos solidários, em nível local, regional, estadual, nacional e internacional;
- w) Fomentar espaços educativos aos envolvidos no movimento para o consumo justo e solidário.

CAPÍTULO III

Das Estratégias

Art. 6. O Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense tem como estratégias:

- a) Congregar empreendimentos e entidades envolvidas com a Economia Solidária em reuniões para a partilha de experiências, identificações de necessidades e exigências comuns;
- b) Definir prioridades de ações a partir das necessidades levantadas;
- c) Criar grupos de trabalho relativo às necessidades definidas;
- d) Articular parcerias para atender aos objetivos dos grupos de trabalho;

CAPÍTULO IV

Dos Participantes

Art. 7. Compõem o Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense:

1. Empreendimentos econômicos solidários urbanos e rurais, individuais, coletivos e familiares (redes, cooperativas, associações, empresas de autogestão, segmentos das trocas solidárias e grupos informais) com direito a voz e voto;
2. Entidades de apoio, fomento e assessoria com direito a voz e voto;
3. Movimentos sociais, Gestores públicos municipais, estaduais e federais parceiros e apoiadores com direito a voz e voto.

§ 1º Os empreendimentos, entidades e gestores interessados em participar do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense deverão relatar suas experiências efetuando cadastro e aderindo ao Fórum por meio de carta de adesão.

§ 2º Faz-se necessário que os representantes de empreendimentos que irão participar do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense participem de uma reunião de formação, organizada pela Comissão de Formação para compor o fórum e terem direitos a voz e voto.

§ 3º Os empreendimentos, entidades e gestores participantes poderão, a qualquer tempo, se desligar do Fórum de Economia Solidária, mediante comunicação, por escrito, à Secretaria Executiva.

§ 4º Poderão participar das reuniões do Fórum de Economia Solidária como observadores pessoas físicas convidadas com direito a voz e não a voto, e nem a ser votado.

§ 5º Cabe as entidades de assessoria e fomento desenvolver ações em varias modalidades, como capacitação, assessoria, incubação, pesquisa, acompanhamento e fomento a credito. Estas entidades devem incluir em seus projetos anuais ações e recursos dirigidos ao fortalecimento do Fórum Local, subsidiarem o Fórum na elaboração e fomento de políticas públicas.

CAPÍTULO V

Das Plenárias Regionais

Art. 8. A Plenária Regional é a instância máxima de deliberação do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense e acontecerá, ordinariamente, uma vez ao ano no mês de Março, extraordinariamente, sempre que necessário.

Parágrafo único: As deliberações da plenária só poderão acontecer com a presença mínima de 50% dos empreendimentos econômicos solidários membros efetivos do fórum.

OBS: Plenária aberta a todos os membros Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense.

Art. 9. São atribuições da Plenária Regional:

- I. Consolidar e aprovar o planejamento e a avaliação das ações do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense
- II. Aprovação das indicações para os Encontros Estaduais e para Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense
- III. Constituição de Grupos de Trabalho temáticos de acordo com as demandas.
- IV. Avaliar a atuação de seus integrantes, tendo como referência os princípios e os objetivos da economia solidária e definir medidas necessárias para a correção das falhas existentes.

Art. 10. Cada organização participante do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense indicará um titular e um suplente para participar nas votações na Plenária Regional.

Art. 11. A convocação da Plenária Regional será feita pela Secretaria Executiva por edital, enviado a todos os participantes por intermédio de correios eletrônico, telefone e ainda através da reunião mensal que antecede a plenária, com um prazo mínimo de 30 dias corridos.

§ 1º Constará do edital de convocação a pauta, o local, a data e horário de realização da Plenária Regional.

§ 2º Assuntos não incluídos no edital serão discutidos mediante apresentação e aprovação por maioria absoluta dos participantes da Plenária Regional

CAPÍTULO VI

Do Fórum de Catarinense

Art. 12. Os Encontros do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense, são espaços de deliberação das ações do Fórum Catarinense de Economia Solidária na sua região específica e antecederão, preferencialmente, as reuniões do Fórum Estadual.

Art. 13. São atribuições do representante regional e seu suplente:

1. Representar o conjunto de empreendimento do fórum regional, evitando representar apenas um segmento, como por exemplo, o artesanato que predomina na região, esquecendo de defender os espaços para a alimentação, agricultura familiar, trocas solidárias, grupos de geração e renda, etc.
2. Deverá estar presente em todos encontros do Fórum Estadual, retornando para o Fórum Regional todos assuntos lá deliberados;

CAPÍTULO VII

Da Coordenação Regional

Art. 14. A Coordenação Regional do FES é composta por:

3 (três) representantes de empreendimentos de economia solidária URBANA.

1 (UM) representantes de empreendimentos de economia solidária RURAL

1 (um) representante de gestor público.

1 (um) representante de entidade de apoio e fomento.

§ 1º Caso, não contar com a participação de gestor público poderá indicar 2 (dois) representantes de entidade de apoio e fomento.

§ 2º Para cada representante será eleito um suplente.

Art. 15. A coordenação é eleita pelo fórum em reunião ordinária. O mandato da Coordenação Regional será de 2 (dois) anos, permitida a recondução parcial por mais um mandato consecutivo garantindo a renovação de no mínimo 1/3 de seus membros.

Parágrafo único – No caso de o membro da coordenação Regional deixar de cumprir com os deveres inerentes à sua função, compete à reunião do Fórum de Economia Solidária do Norte Catarinense destituí-lo e indicar novo representante.

Art. 16. A Coordenação Regional reunir-se-á, ordinariamente, mensalmente, extraordinariamente, sempre que necessário juntamente com a(o) secretária(o) executiva(o).

CAPÍTULO VIII

Das Atribuições da Coordenação Regional

Art. 17. Compete à Coordenação Regional:

- I. Cumprir e fazer cumprir o presente Regimento.
- II. Criar condições para o desenvolvimento de ações conjuntas, trocas de experiências e informações entre os componentes do FES.
- III. Organizar e coordenar a execução das ações assumidas pelo FES.
- IV. Coordenar e acompanhar as ações prioritárias do FES definidas em Plenária Regional.
- V. Buscar, receber e divulgar informações de todos os segmentos envolvidos no fomento da economia solidária, mantendo atualizadas as informações em âmbito Nacional.
- VI. Convocar Encontros Regionais extraordinários sempre que necessário.
- VII. Acompanhar as discussões dos grupos de trabalho (GT's).

CAPÍTULO IX

Da Secretária(o) Executiva(o)

Art. 18. A Secretária(o) Executiva(o) será exercida por um(a) representante da coordenação Regional

CAPÍTULO X

Das Atribuições da Secretária(o) Executiva(o)

Art. 19. Compete à Secretaria Executiva:

1. Elaborar a pauta providenciando sua distribuição em até cinco dias antes da Reunião do FES para todos os grupos cadastrados no Fórum;
2. Secretariar as Reuniões do FES e as reuniões da Coordenação Regional.
3. Elaborar as atas das Reuniões do FES, providenciando sua distribuição em até cinco dias após a reunião para todos os grupos cadastrados no Fórum, e arquivo.
4. Buscar, receber e divulgar informações de todos os segmentos envolvidos no fomento da economia solidária, mantendo atualizadas as informações da Coordenação Regional e Coordenação Estadual.
5. Manter, em arquivo próprio, documentos, recortes de jornais e outros periódicos sobre questões de interesse da temática da Economia Solidária.
6. Ter e manter atualizado os cadastros dos grupos deste Fórum.

Parágrafo único – O arquivo da(o) Secretária(o) Executiva(o) será mantido em uma das entidades componentes da mesma, com acesso livre a todos os componentes do fórum.

CAPÍTULO XI

Das Reuniões do Fórum

Art. 20. A Reunião é o órgão de deliberação do Fórum Regional.

Art. 21. A participação nas reuniões do Fórum não tem restrições de número de representantes por EES.

Art. 22. Cada organização/entidade indicará um/a titular e um/a suplente para participar nas votações que deliberem a questões de organização do Fórum.

Parágrafo único- cada EES tem direito a um voto.

Art. 23. O não-comparecimento do/a titular ou suplente, por três vezes consecutivas ou cinco alternadas, às reuniões, sem qualquer justificativa, implicará em comunicação à organização/entidade participante para que seja providenciada a substituição dos/das representantes indicados.

Parágrafo único - A não-indicação do/a representante ou o seu não-

comparecimento às duas reuniões seguintes implicará no desligamento automático da organização/entidade, que somente poderá pleitear seu retorno ao Fórum, mediante nova carta de adesão.

Art. 24. A convocação das reuniões será feita pela coordenação por convites/ telefonemas/ e-mails, enviado a todos os participantes com um prazo mínimo de 2 semanas.

§ 1º constarão a pauta, o local e horário de sua realização.

§ 2º assuntos não incluídos no convite serão discutidos mediante apresentação e aprovação por maioria simples da reunião.

Art. 25. As reuniões extraordinárias poderão ser convocadas com prazo mínimo de uma semana somente, para tratar de assuntos urgentes ou relevantes.

Art. 26. As reuniões serão públicas, abertas à participação de pessoas físicas, entidades públicas e privadas não integrantes do Fórum, que terão inclusive oportunidade de manifestação, sem direito a voto.

CAPÍTULO XII

Das Normas de Funcionamento

Art. 27. O Fórum se reunirá a cada mês, em caráter ordinário e extraordinariamente, quando convocado pela Coordenação.

Parágrafo Único - As reuniões do Fórum acontecerão na primeira quarta-feira útil do mês, independente de eventos paralelos.

Art. 28. O local das reuniões será definido em reunião anterior podendo ser locais diferentes para cada mês.

Art. 29. O Fórum constituirá grupos de trabalho temáticos de acordo com as demandas identificadas pelo Fórum.

Parágrafo único - A síntese dos encaminhamentos das reuniões dos Grupos de Trabalhos serão registradas em atas e encaminhadas para as reuniões mensais do Fórum.

Art. 30. As decisões serão deliberadas, por maioria simples dos/as representantes presentes na reunião.

CAPÍTULO XIII

Das Feiras e Eventos

Art. 31. As feiras de Economia Solidária caracterizam-se como um espaço de trocas de saberes, comercialização, socialização das experiências de produção, fortalecimento dos grupos e do próprio Fórum. Diferenciam-se das demais feiras existentes no município e região, pois em todas é oportunizado para a comunidade momentos culturais, de formação além de uma educação para o consumo ético principalmente na atividade das trocas solidárias presentes em todas as feiras.

Art. 32. Os requisitos para participação estão especificados em regimento interno próprio para comercialização.

CAPÍTULO XIV

Das Disposições Finais

Art. 33. O presente Regimento será aprovado pela maioria absoluta dos participantes da Plenária Regional.

Art. 34. As alterações do presente Regimento serão aprovadas pelos presentes na Plenária Municipal.

Parágrafo único: Em casos urgentes cabe a coordenação deliberar em caráter provisório, submetendo sua decisão à apreciação da reunião do Fórum.

Art. 35. - O presente Regimento entrará em vigor a partir da data de sua aprovação em Plenária Regional.

Joinville, 02 de setembro de 2009