

V WORKSHOP EMPRESA, EMPRESÁRIOS E SOCIEDADE
O mundo empresarial e a questão social

Porto Alegre, 2 a 5 de maio de 2006 – PUCRS

Grupo de trabalho 05 - Empresários, empresas e a questão social

Profissionais da Responsabilidade Social: novas instituições e a construção de estratégias.

Rodrigo Marques
mestrando PPGSA/UFRJ

Resumo:

A definição da conduta ideal ou adequada das empresas frente aos demais atores sociais está sujeita a permanente disputa. No contexto brasileiro, as décadas mais recentes assistiram a profundas transformações nos termos desse embate. Novos discursos e práticas constituem-se. A presente comunicação tem por objetivo encaminhar questões iniciais de uma pesquisa que através de estudo de caso, buscará reconstruir a forma que esse embate assume no espaço de sociabilidade investigado, tendo em conta alguns desenvolvimentos recentes na divisão social do trabalho.

Aproveito a ocasião do V Workshop Empresa, Empresários e Sociedade, para problematizar os fundamentos da pesquisa que venho desenvolvendo e que, dentro em breve, se tornará minha dissertação de mestrado.

Parto da seguinte pergunta: como o profissional da “Responsabilidade Social”, dada a delimitação de competência a que está sujeito, participa das decisões em uma empresa? Em outras palavras, busco em minha pesquisa compreender os acordos e conflitos que, combinados, dinamizam a orientação das ações econômicas em determinada organização empresarial, tendo em conta a atuação dos “Profissionais da Responsabilidade Social” nesses processos.

O ator ao qual dedico atenção analítica, vale dizer, é uma figura que só muito recentemente passa a existir nos meios empresariais brasileiros. Já há décadas as empresas brasileiras têm sido pressionadas por novos padrões de legitimidade norteadores da atividade acumulativa. Esses novos padrões acarretaram conseqüências para a divisão social do trabalho. Hoje, uma parte considerável das grandes empresas nacionais dispõe em seu organograma de um departamento específico incumbido da realização de “ações de responsabilidade social”. Isto é, há uma tendência em curso de criação de novas posições dentro das empresas e, ao mesmo tempo, de formação de profissionais *especializados* aptos a ocupar essas posições. Pode ser dito, portanto, que essa pesquisa busca, a partir do estudo de um caso, investigar realidades resultantes de novos desenvolvimentos da divisão social do trabalho no âmbito do capitalismo brasileiro do século XXI.

Em relação ao objeto desse estudo de caso, é necessária ainda confirmação, mas tudo caminha para que seja a Telemar S/A. A escolha desta empresa em muito se deve ao fato de se tratar de uma empresa de capital aberto, isto é, que negocia títulos de propriedade em bolsas de valores. Esse aspecto foi decisivo na escolha porque organizações com tal característica criam um quadro mais complexo em termos de interdependência das relações e dos laços sociais em arenas econômicas. Através da disseminação de títulos de propriedade, um número maior de agentes econômicos, mas também de atores de diversificadas camadas econômicas encontram-se interligados e, ao mesmo tempo, sua capacidade de determinar o curso dos eventos é reduzida, de maneira que as dinâmicas resultantes são sociologicamente mais complexas.

Passo então a tratar das problemáticas teóricas imediatamente relacionadas à pesquisa que desenvolvo.

O primeiro ponto fundamental a ser mencionado é que a pesquisa realiza-se tendo em conta um plano histórico mais amplo que o objeto parece à primeira vista oferecer. A inspiração aqui é o trabalho de Boltansky e Chiapello (2002).

Tais autores, em sua exposição acerca da evolução do capitalismo¹, afastam-se da idéia de que o seu desenvolvimento pauta-se pelo alcance de graus crescentes de racionalidade das práticas que o objetivam. Sua atenção está voltada para a compreensão do engajamento dos indivíduos nas relações capitalistas. Uma vez abandonada a concepção de que os indivíduos tomam parte nessas práticas exclusivamente por coerção ou por impulso inato de acumular, os autores demonstram como é necessário sempre um “espírito do capitalismo”, ou seja, uma ideologia que justifique para esses seu compromisso com as práticas capitalistas em termos de ganho individual e bem comum. São elementos culturais, a princípio, alheios ao capitalismo, que são apropriados como recurso para a construção desse “espírito”. Tal *corpus* ideológico tem, porém, um duplo efeito: ao mesmo tempo que justifica essas práticas limita o escopo de ações possíveis. Assim, nem toda a prática de acumulação é legítima. Vê-se que os autores introduzem elementos valorativos e éticos no âmago do sistema capitalista.

Parto do pressuposto que as trocas entre os atores sociais, mesmo aquelas que denominamos “econômicas”, não podem ser reduzidas a uma troca entre bens tomados apenas sob a dimensão de sua utilidade. Os contratos, entendidos como forma de regular as relações sociais, encontram bases em realidades institucionais compostas por regras jurídicas e também por concepções morais acerca do que constitui uma conduta ideal ou adequada (Durkheim, 1977). Assim, a situação de interdependência, que informa as práticas no cotidiano da empresa, para que possa perdurar, impõe aos atores (empresários, executivos, gerentes, trabalhadores e suas associações e sindicatos, consumidores) a condição de que exista, de todas as partes, um sentimento de que as trocas estabelecidas são de, alguma maneira, justas. O processo da construção desse sentimento não se dá em um contexto em que a possibilidade de assimetria de poder e a coerção estão excluídas, mas reconhecer sua existência é assumir que o circuito de trocas que informa a relação entre

¹ Em “El nuevo espíritu del capitalismo”, Boltansky e Chiapello descrevem as transformações de longo prazo nas relações capitalistas articulando-as à transformações culturais próprias ao contexto francês. Por conta das especificidades históricas que os autores analisam, nesse estudo utilizo somente alguns dos sugestivos princípios analíticos oferecidos por esses autores. Tais princípios podem ser encontrados - destacados da análise mais propriamente histórica - na “Introdução Geral” desta obra.

estes obedece minimamente aos requisitos moralmente estabelecidos de justiça distributiva de custos e benefícios (Moore Jr., 1987).

As últimas décadas no Brasil têm assistido a transformações significativas no que tange as trocas legitimadas entre empresa e demais atores sociais. Novos discursos e novas práticas ganham visibilidade no cenário da acumulação capitalista brasileira (Cappellin & Giuliani, 2004), reconstruindo os sustentáculos culturais das práticas capitalistas. Tal processo não tem, nem de longe, um caráter “natural” ou idílico. O movimento de transformação dos valores e dos símbolos culturais que estão na base das práticas econômicas - isto é, que as orientam, legitimam, mas também as limitam - não ocorre simplesmente com o passar do tempo, nem pelo simples despertar para novas mentalidades.

Ao contrário, é preciso que múltiplos e diferenciados atores sociais, através de uma diversidade de estratégias, produzam, em jogos de força, as referências éticas que balizarão a conduta dos atores econômicos (Bourdieu, 2002). O enquadramento das trocas como legítimas deve ser pensada como uma realidade socialmente construída, ou melhor, em permanente construção, de maneira que é ao próprio arranjo configuracional - o padrão de relações mutáveis entre os atores - ao qual devemos nos reportar para compreender esses processos.

Refirindo-me, portanto, a transformações culturais de longo prazo que, processualmente, reconstroem o sistema de produção capitalista, assumo estar adotando uma perspectiva que busca articular a ação econômica no quadro mais amplo da cultura. Chego assim ao segundo ponto cardinal de minha exposição: a relação entre ação econômica e cultura.

Muito foi escrito em sociologia para elucidar essa relação. A negação da ontologia do *Homo oeconomicus*, pode ser dito, é o lugar para o qual confluem a maioria das contribuições. Segundo este modelo, a ação humana constituiria-se como sinônimo de “ação racional”, ou seja, uma ação instrumental que se orienta unicamente por resultados. O interesse individual seria o norteador da ação. Dentro dos quadros oferecidos pelo modelo do *Homo oeconomicus*, o ator social é concebido como um indivíduo atomizado, livre de qualquer constrangimento, único juiz capaz de decidir o meio ótimo de realização do imperativo da maximização de sua satisfação (Hunt, 1982).

A sociologia, desde seus autores clássicos, tem se esforçado para rechaçar essas formulações. Weber (1992), por exemplo, confere um lugar estratégico para a racionalidade em sua obra. Contudo, não a trata como o fundamento da agência humana. Ao contrário, afirma que a absoluta racionalidade da ação em relação a fins constitui um caso limite, uma vez que, na realidade concreta, conjuga-se com valores, tradições e afetos na orientação das ações sociais.

Autores mais contemporâneos tem chamado a atenção para a necessidade de introduzir aspectos culturais como constitutivos da ação econômica. Swedberg & Granovetter (1992) apesar de reconhecerem a realidade e a propriedade da ação econômica – aquela que se pauta pela alocação de meios escassos para fins alternativos – defendem que ela é também uma ação social, e nessa qualidade passa necessariamente por sentidos socialmente construídos. Hirschmann (1979), por sua vez, postula que não é possível depurar paixões e interesses, racionalidade e valores sociais.

Se cultura aparece aqui como um conceito chave para compreender a definição das estratégias dos diversos atores na empresa, é preciso afastar a idéia de cultura como uma realidade estática e definida a determinar os comportamentos individuais. A concepção de cultura que alimenta essa pesquisa é a de processos de confrontação cultural permanente (Sainsaulieu, 2002) entre atores diferenciados que exige a recriação constante de soluções de convívio.

A alteração na forma de entender a ação econômica leva a alterações na maneira de conceber a empresa. A adoção de perspectivas não reducionistas a respeito da empresa é o terceiro pressuposto teórico de minha exposição. Há duas reduções a combater. A primeira delas, relacionada às teses do *Homo oeconomicus*, trata a empresa como um agregado de indivíduos isoladamente racionais empenhados no atendimento das demandas advindas do mercado – e objetivamente percebidas por esses atores controladores de todo o fluxo de informação necessária à produção de decisões “racionais” – de forma a maximizar sua satisfação. A segunda delas, arraigada na literatura, é a que se caracteriza por ver na empresa uma só dinâmica, qual seja, a da exploração entre classes. Nesse caso a redução é dupla: a empresa é tomada somente como o lugar da exploração, e sua estrutura é tratada como composta basicamente por duas posições antagônicas (Bernoux, 2002).

Em resposta a essas concepções, sustento que a empresa é uma instância de criação de laços sociais entre atores heterogêneos. Nesse espaço de sociabilidade colocam-se papéis institucionalizados; identidades; normas; valores; símbolos; difusão, confrontação e aprendizagem cultural.

Friedberg (1995) chama a atenção para o fato de que a regularização e a modulação dos comportamentos de um certo número de atores cuja cooperação é tomada como indispensável, inseridos em diferentes contextos e segundo diferentes graus de pressão - uma vez que não ocorre naturalmente - tem de ser explicada sociologicamente. Compreender sociologicamente a empresa, envolve também analisar como os objetivos a que ela serve e os meios utilizados para alcançá-los são socialmente construídos através de processos altamente complexos. Assumo aqui a perspectiva de que, para tanto, é necessária a contínua negociação entre uma multiplicidade de racionalidades não necessariamente convergentes. A cooperação sempre está presente, mas coloca-se ao lado de algum grau de conflito existente entre os ocupantes das diversas posições nessa estrutura de ação (Bernoux, 2002).

Outro ponto caro aos autores que analisam a empresa de um ponto de vista sociológico é a relativa autonomia desse espaço (Friedberg, 1995; Bernoux, 2002; Sainsaulieu, 2002). Sustentam que os processos sociais que ocorrem na empresa não podem ser explicados pelos múltiplos determinismos (técnicos, econômicos, políticos, etc.) a que está sujeita a empresa, de maneira que colocá-la na posição de objeto sociológico constitui uma operação legítima.

Entretanto, a autonomia é entendida como relativa porque se o esvaziamento das propriedades sociológicas do espaço de sociabilidade que é a empresa deve ser condenado pelas razões mencionadas acima, ela também não é uma realidade autárquica em relação a outras realidades sociais “externas” a ela. Pelo contrário, a construção de objetivos e ações que se passa no espaço empresarial deve ser compreendido em um quadro amplo de interdependência, no qual todos os elementos estão sujeitos a pressões e limites (Elias, 1980).

Estabelecidas as diretrizes teóricas que animam minha atividade de pesquisa, cabe nesse segundo momento da exposição, tratar mais detidamente de algumas das questões que

minha pesquisa visa tratar. Dividirei-as em três categorias: “empresa”, “profissionais” e “circuitos de interação empresariais”.

Em relação às questões que dizem respeito à empresa, pretendo, em primeiro lugar, verificar sob quais condições o lema da “Responsabilidade Social” ganha força na empresa investigada. Estarei atento às pressões e desafios aos quais a organização estava submetida à época e que terminaram por contribuir na adoção de um certo conjunto de práticas. Tal percurso torna-se interessante ao analista, pois, em princípio, havia uma gama extensa de possibilidades abertas, entretanto, algumas delas somente foram consideradas e, afinal, escolhidas e efetivadas. A investigação, nesse ponto, recai no porquê dessas escolhas.

Fontes importantes nessa investigação serão os documentos, tais como “código de ética”, “declaração de princípios”, entre outros, quando existirem. Penso que sua redação desenrola-se em meio a todo tipo de disputas relacionada à definição do papel da empresa em relação a outros atores sociais. Como venho discutindo, tomo as dinâmicas empresariais como produtos de uma ininterrupta negociação entre uma multiplicidade de racionalidades não necessariamente convergentes, de maneira que a redação de tais documentos não se trata somente da materialização do que é por todos sabidos, dos consensos. Ao contrário, me parece que a definição do arranjo simbólico a ser objetivado é, desde o princípio, problemática.

Ainda em relação à empresa, procurarei reconstruir os processos de criação dos postos de trabalho que os “Profissionais da Responsabilidade Social” ocupam. Este é, me parece, um ponto nodal da pesquisa.

Em primeiro lugar, porque é neste movimento que esse profissional passa a ter um lugar reconhecido na empresa. Torna-se um ator. Ao mesmo tempo, criam-se competências exclusivamente suas a partir das quais ele se movimenta na empresa. Vale dizer, que essas competências, tomadas em relação com as competências de outros profissionais, serão objeto de estudo também.

Em segundo lugar, porque é através da investigação dos processos de criação dos postos de trabalho que abrigam o profissional objeto deste estudo que penso ser possível caracterizar empresa como estrutura social. O aparato conceitual de Elias é aqui inspirador. As redes de funções interdependentes nas quais os atores encontram-se inseridos, ou simplesmente “estruturas”, são analisadas por esse autor sempre como posições que se

relacionam processualmente e, a partir das quais, certas margens de decisão e comportamento são formatadas. O poder é entendido como uma característica estrutural das relações sociais, de maneira que à diferentes posições encontram-se associadas diferentes potenciais de retenção de recursos (materiais e simbólicos), e logo, diferentes capacidades de orientar as ações dos outros atores sociais. Assim, investigar como essa posição foi formatada, permitirá compreender aspectos estruturantes da relação dos “Profissionais da Responsabilidade Social” com outros atores na empresa.

Passo agora à segunda das categorias de questões que intenciono investigar, qual seja, a dos profissionais. Pretendo analisar as trajetórias dos “Profissionais da Responsabilidade Social”, de forma a compreender como se formaram os profissionais aptos a criar os postos de trabalho referidos acima. Buscarei informações que me permitam situá-los no espaço social, tais como, escolaridade, área de atuação anterior, idade, hábitos de consumo, entre outras.

Analisando seus discursos, trabalharei também a questão identitária desses profissionais. Tenho a hipótese de que, por um lado, esse especialista busca diferenciar-se de atores organizacionais como “engenheiros”, “técnicos”, “advogados”, “administradores”, “economistas” e profissionais ligados a operações financeiras, por exemplo. Por outro, creio que experimenta uma relação ambivalente com a imagem tradicional da filantropia, podendo ora procurar distanciar-se dela e ora apoiar-se nela. Mencionei que a empresa é um lugar de criação de identidades, gostaria portanto de compreender como as interações de profissionais diversos fomentam esses processos, tendo como referência o “Profissional da Responsabilidade Social”.

Uma outra questão relacionada ao referido profissional é a que trata do “ethos” específico desse profissional. Ao insistir na perspectiva que busca articular a ação econômica no quadro mais amplo da cultura, tinha em conta essa questão, pois acredito, baseado em contatos informais, que os “Profissionais da Responsabilidade Social” tenham concepções próprias a respeito da natureza ação econômica e de seus limites morais. Compreender o “ethos” distintivo desse profissional, analisar sua conduta frente a outros profissionais - orientados por concepções de mundo diversas – no contexto de socialização da empresa constitui-se como um de meus objetivos específicos.

Porém, para a compreensão desse referido “ethos”, e de tantas outras questões dessa pesquisa, será necessária uma cuidadosa análise das categorias que estruturam o discurso desse ator. É a partir do significado atribuído pelos “Profissionais da Responsabilidade Social” às categorias de seu próprio discurso que poderei compreender a conduta desse ator em relação a outros atores, organizacionais e não-organizacionais também.

Por fim, tratamos da terceira bateria de questões que visou tratar em meu estudo, a dos circuitos de interação da empresa. Acima, referi-me ao processo de criação de lugares reconhecidos na estrutura organizacional. Assinalo que o reconhecimento é um atributo necessariamente relacional e essencialmente ligado a questão da legitimidade. Para que um profissional faça parte de uma organização, é preciso que exista a crença coletiva em sua necessidade. É preciso, portanto, que este ator torne-se o legítimo representante de uma competência compreendida como necessária. Ora, tal circunstância não é dada *a priori*, tem que se construir. Assim torna-se parte dessa pesquisa analisar como os “Profissionais da Responsabilidade Social” dão conta do desafio de legitimar-se frente a outros atores no contexto empresarial.

A caracterização de uma empresa como uma estrutura de posições que se relacionam entre si a partir de determinados recursos, torna importante tratar de como a valorização de condutas consideradas “socialmente responsáveis” no mercado de capitais², é apropriada como um recurso simbólico pelos profissionais objeto desse de minha pesquisa nas disputas por recursos materiais e pela definição das estratégias e ações da organização que fazem parte. Permaneço, portanto, perseguindo o preceito mencionado acima que afirma ser o poder característica estrutural das relações sociais.

Dada a centralidade do fato sociológico da interdependência entre organizações empresariais de capital aberto e seus investidores para a concepção dessa pesquisa, investigarei também as modalidades sob as quais realizam-se os fluxos de comunicação e o intercâmbio de informações entre os “Profissionais da Responsabilidade Social” e os fóruns de acionistas; como se manifestam, como se apresentam e como são incorporadas as demandas destes no seio das atividades dos profissionais objeto deste estudo.

² No Brasil contemporâneo, os fundos de pensão - atores de maior peso no mercado de capitais doméstico - tem optado por investir em empresas consideradas “sustentáveis”. Os papéis dessas empresas, conseqüentemente, valorizam-se (Rebouças, 28/10/05).

Finalmente, uma questão, um tanto mais específica, que será contemplada em minha pesquisa é a compreensão de sob quais dinâmicas (estudos, contatos institucionais, debates, disputas e discordâncias) realizou-se a decisão pela adesão ou não-adesão ao Índice de Sustentabilidade Empresarial³, recentemente lançado pela Bovespa.

Finalizando, em síntese, o objetivo deste trabalho é compreender a presença, o envolvimento e a atuação de um grupo específico - especialista na produção de um discurso (Bourdieu, 2002) -, em uma dinâmica empresarial, seu “ethos”, sua identidade, posição e possibilidades de poder. Tendo me referido aos aspectos principais da minha pesquisa, encerro minha exposição agradecendo aos ouvintes.

Referências Bibliográficas

- BERNOUX, P. **A sociologia das empresas**; Rés-Editora: Porto, 2002.
- BOLTANSKY, L. & CHIAPELLO, E. **El nuevo espíritu del capitalismo**; Akal: Madrid, 2002.
- BOURDIEU, **O poder simbólico**; Bertrand Brasil: Rio de Janeiro, 2002.
- CAPPELLIN, P. & GIULIANI, G. M. **The political economy of corporate responsibility in Brazil**; UNRISD paper: Geneva, 2004.
- DURKHEIM, E. **A divisão do trabalho social**, vol. I; Presença: Lisboa, 1977.
- ELIAS, N. **Introdução à Sociologia**; Edições 70: Lisboa, 1980.
- FRIEDBERG, E. Organização In: BOUDON, R. (org) **Tratado de sociologia**; Zahar: Rio de Janeiro, 1995.
- GRANOVETTER, M. & SWEDBERG, R. **The sociology of economic life**; Westview Press: Boulder, 1992.
- HIRSCHMAN, A. O. **As Paixões e os Interesses**; Paz e Terra: Rio de Janeiro, 1979.

³ A criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) é uma iniciativa de um conjunto de atores institucionais brasileiros (Bovespa, FGV, Abrapp, Apimec, Anbid, IBGC, Instituto Ethos, IFC e Ministério do Meio Ambiente) que pretende, compor uma “radiografia da sustentabilidade das companhias” de capital aberto no Brasil. Esses atores, aparentemente, acreditam que a referida métrica criará um círculo virtuoso em relação à conduta das empresas brasileiras, pois: a) as empresas cujas práticas mais se adequam ao ideal de “sustentabilidade” tenderiam a obter melhores resultados econômicos no longo prazo; b) por isso seriam mais valorizadas no mercado de capitais, atraindo mais investimentos; c) como esses investimentos transformam-se em vantagens competitivas imediatas no jogo concorrencial, essas empresas - as mais “sustentáveis” - tornariam-se exemplos a serem seguidos pelas demais.

HUNT, E. K. **História do Pensamento Econômico**; Campus: Rio de Janeiro, 1982.

MOORE JR., B. **Injustiça**; Brasiliense: Rio de Janeiro, 1987.

REBOUCAS, L. Petros cria ranking de empresas responsáveis; **Gazeta Mercantil**, São Paulo, 28/10/05.

SAINSAULIEU, R. **Culturas de Empresa**, mimeo, 2002.