

O Conceito de Responsabilidade Social da Empresa Segundo o Direito, a Filosofia e a Administração: Reflexões *Jus-Filosóficas*

The Concept of Corporate Social Responsibility Through the Perspective of Law, Philosophy and Administration: Reflection Legal-Philosophical

Emilim Shimamura^{a*}; Elve Miguel Cenci^b

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo investigar o conceito de responsabilidade social da empresa e apontar a existência de diversos conceitos sobre o tema, com fundamentos divergentes, que dificulta a intervenção estatal na escolha de ações que devam ser contempladas por incentivos fiscais às empresas socioambientalmente responsáveis. Neste sentido, fez-se análise dos conceitos trazidos pelo Direito, Filosofia e Administração de Empresas com o intuito de responder se há possibilidade de determinar definição que satisfizesse o critério de universalidade e validade necessários para conferir limite e alcance do sentido, e ao mesmo tempo não permitir o desvirtuamento de finalidade em âmbito legislativo.

Palavras-chaves: Responsabilidade social empresarial. Teoria discursiva. Intervenção do Estado no domínio econômico.

Abstract

The current essay aims to investigate the concept of corporate social responsibility and to point the existence of different concepts on the theme, with different fundaments, which makes the state intervention difficult in relation to the choice of actions that must be contemplated by tax incentives towards the socio-environmental and responsible companies. This way, an analysis of the concepts brought by the Law, Philosophy and Administration was made with the purpose of answering whether there is the possibility to determine a definition which would satisfy the criteria of universality and validity necessary to generate limit and range of meaning, and at the same time not permitting the distortion of purpose in the legislative area.

Key-words: Corporate Social responsibility. Discursive theory. State intervention in the economical domain.

^a Discente do curso de Direito na Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: emilimshimamura@gmail.com

^b Doutor em Filosofia Política - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Docente da Universidade Estadual de Londrina – UEL. E-mail: elve@uel.br

* Endereço para correspondência: Av. Carlos Gomes, 241 – Jd. Petrópolis. 86010-400 – Londrina.

1 Introdução

O debate sobre as consequências da globalização é tema bastante recorrente no meio acadêmico. Discute-se, sobretudo, a incidência de políticas neoliberais no cenário mundial, e a relação que este fenômeno guarda com o enfraquecimento do poder estatal e aumento das desigualdades sociais. Além disso, é questionado o modelo de produção e consumo hoje internacionalizado que, além de colaborar para acirrar ainda mais as injustiças apontadas, é também responsável, em grande parte, pela degradação ambiental.

Diante deste quadro, a preocupação está em responder se existe solução para os problemas apontados, e dentre as diversas teorias que discutem a questão, atualmente ganham corpo os estudos relativos à Responsabilidade Social da Empresa.

De modo geral, parte-se da premissa de que a empresa é, nos dias atuais, a maior detentora de poder, seja na área econômica, política e social, como também na ordem cultural dos povos. Desta maneira, como deixar de tratar da responsabilidade social, haja vista o grau de influência que

exerce sobre o mundo, além da relação de interdependência com a natureza e a sociedade.

Assim, optou-se pelo estudo desta responsabilidade, principalmente no tocante à análise de seu conceito e às diversas abordagens tratadas em âmbito jurídico, filosófico e administrativo, no sentido de demonstrar que a falta de unidade conceitual pode acarretar em consequências jurídicas e sociais negativas.

Para tanto, será necessário primeiramente compreender que apesar da oportunidade criada pela globalização para que empresa e ética possam atuar em novos campos, decorrentes principalmente da redução da capacidade estatal e da insuficiência jurídica em resolver os problemas gerados pela nova ordem, não se pode excluir, no entanto, como analisa Marques Neto (2002), o papel do Estado, ou do direito como meios de solução. Pelo contrário, é da reunião de esforços que se possibilitará a efetividade da Responsabilidade Empresarial. Além disso, pela urgência que clamam os problemas socioambientais é que se justifica pensar em soluções tanto pelo viés da moral e ética, como pela atuação do direito, ou por ora integrados.

Neste sentido, cabe ainda ao Estado, na sua função republicizadora, a garantia de direitos fundamentais mínimos, que o legitima a intervir na economia. Esta se faria, no caso da responsabilidade empresarial, por meio de leis que permitissem incentivos fiscais às empresas responsáveis e

morais em sua gestão.

A intervenção, portanto é possível, contudo, a consecução deste passo, ou seja, a criação de uma lei sobre Responsabilidade Social encontra de início um problema perceptível, qual seja, não há um conceito unificado sobre a matéria. Existem na realidade vários, com fundamentações não apenas diferentes, mas em alguns casos até mesmo opostas, o que gera consequências negativas, dentre elas se destaca a dificuldade em legislar e escolher quais ações devem ser beneficiadas pelo Estado.

Diante a existência dos vários conceitos, a tarefa do presente estudo foi identificar no Direito, na Filosofia e na Administração de Empresas como a matéria vem sendo tratada, para posteriormente demonstrar a possibilidade de um fundamento válido, universal e rigoroso para o conceito.

Para melhor orientação, a pesquisa centrou em 4 eixos temáticos: o primeiro traz as noções gerais sobre o fenômeno da globalização e suas conseqüências; o segundo faz menção ao modo como o conceito vem sendo tratado na área jurídica; o terceiro aponta o enfoque dado pela Administração de Empresas; e no quarto o foco será o estudo da abordagem filosófica, em que pese a aplicabilidade da moral nas empresas.

2 Material e Método

O presente trabalho, devido a natureza interdisciplinar, fez uso da contribuição indutiva na pesquisa bibliográfica. Esta foi dividida em duas fases, a primeira, denominada preparatória, teve por tarefa a escolha do tema, bibliografia básica e demarcação de período histórico, que compreendeu, sobretudo à Idade Contemporânea, em específico o fenômeno da globalização. A segunda etapa, fase de execução, fora destinada à leitura, fichamentos e análises críticas. Os principais materiais utilizados foram livros, periódicos, artigos científicos, teses, dissertações e sites.

3 Resultados

3.1 Globalização e responsabilidade social da empresa

Segundo Marques Neto (2002), falar na crise da soberania estatal, entendida aqui como a diminuição do poder do Estado nos processos decisórios, remete o problema para dois fatores que interferiram significativamente para sua ocorrência: a globalização econômica e o processo de fragmentação social.

Chamada também de internacionalização, planetarização ou mundialização, a globalização, que para teóricos como Batista Junior (apud Marquez Neto, 2002), existe de longa data, é um fenômeno irreversível que tem por base dois pilares para a sua ocorrência, a evolução tecnológica e a transnacionalização de mercados.

Verifica-se, com o fenômeno, não somente a substituição da multinacional, local e pesada, para a forma transnacional, flexível e distribuída por vários cantos do mundo, mas também o que se convencionou chamar de *desterritorialização*; fenômeno pelo qual o poder econômico, político, social,

cultural ganha contorno global, sem fronteiras e descentradas, o que marca a globalização em diversos setores da vida humana.

Diante de tal quadro, Habermas (1999) analisa que os Estados vêm seu poder de manobra ser paulatinamente reduzido, dado que as relações de produção em escala mundial escapam às suas políticas intervencionistas.

A este primeiro fator, como analisa Marques Neto (2002), soma-se ainda a transnacionalização de mercados, que pode ser traduzido por uma padronização do consumo mundial, devido aos mecanismos publicitários de venda a que todos estão submetidos. O que acarreta na internacionalização dos mercados de insumo, consumo e financeiro e limita a atuação estatal em suas políticas cambiais, monetárias e tributárias.

Segundo Marques Neto (2002), tal fragmentação pode ainda ser observada na forma de movimentos sociais, pelo neocorporativismo e pelo que os sociólogos chamam de pluralismos. Sem se ater o significado de cada grupo, cabe esclarecer que tais organizações sociais passam a desenvolver formas não-estatais de organização macropolítica, decorrentes principalmente do ônus trazidos pelo fim de um Estado garantidor de direitos sociais. Sendo o que pode ser chamado de Organizações Não-Governamentais (ONG), que passam a assumir funções de caráter estatal, como reivindicação e fornecimento de direitos ambientais e sociais.

Neste mesmo sentido, Habermas (2001) entende que a globalização é um fenômeno inevitável, e que a principal consequência a ser analisada é o fim do protecionismo estatal e a volta da economia pautada pela demanda, deste modo, verifica-se a derrocada do Estado de bem-estar-social.

Além desta primeira situação, outra ainda, de igual relevância, é a verificação do alto grau de degradação ambiental decorrente, principalmente, do padrão de consumo gerado pelo aumento de tecnologias e da cultura global que o fomenta.

Desta forma, de acordo com Ferreira Netto (2007), dados apontam realidade preocupante, segundo o Fundo Mundial para a Natureza (WWF) estima-se que o homem ultrapassou em 20% os limites de exploração que o planeta pode suportar sem se degradar e este número cresce na proporção de 2,5% ao ano.

O problema ambiental, contudo, a ser enfrentado atualmente diz respeito não somente aos limites que a natureza possui para atender a velocidade de satisfação ilimitada. Mas compreender que o conceito de meio ambiente vai além dos aspectos físicos, uma vez que aborda em seu conjunto aspectos socioeconômicos, como ficou entendido em Estocolmo.

Segundo Almeida (2009) dados da Organização das Nações Unidas - ONU, teríamos o seguinte quadro a resolver:

O mundo abriga 4 bilhões de pessoas fora do mercado. No Brasil, a situação é igualmente delicada: somamos 50 milhões de miseráveis, mais de 25% da população do país, sem acesso a educação, saneamento e energia, de acordo com estatísticas de instituições oficiais. O quadro explica a violência crescente, no Brasil e no restante dos países pobres.

Assim visto, é possível aferir que a globalização trouxe como principais consequências a diminuição da soberania do Estado em razão da limitação do seu poder decisório frente ao quadro socioeconômico estabelecido. Como promotor de direitos sociais, financiados principalmente por sua capacidade de intervenção, e o retorno de políticas neoliberais, conjuntamente com a queda do Estado de bem-estar-social, o Estado deixa de cumprir com tais atribuições, o que faz acirrar ainda mais os problemas relativos a questão das desigualdades e injustiças materiais.

Diante deste quadro, muitas teorias passam a discutir possível solução para os problemas gerados, e atualmente a Responsabilidade Social da Empresa ganha corpo. Parte-se da premissa que o poder econômico é atualmente a maior força ou concentração de poder, capaz de definir políticas dos países do mundo todo. Assim, por contar com alto grau de influência, seja político, econômico e inclusive cultural, é nela que estariam os suportes necessários para financiar projetos socioambientais.

Segundo Marzà (2008), a responsabilidade da empresa ocorre na medida em que àquela passa a gozar de liberdade de ação maior que qualquer outra instância de poder, além de maior liderança.

3.2 Intervenção estatal e responsabilidade social da empresa

Verifica-se que a globalização trouxe recuo do poder estatal, de modo que passa a não ser mais o responsável único pelo âmbito público. Está-se diante do que Marques Neto (2002) chamou de *republicização* do Estado, processo que supera a antiga separação entre público/privado, como também por consequência a separação Estado/Sociedade, o que afasta, portanto a idéia do espaço público ser necessariamente estatal.

Neste ponto de vista, a empresa passa assumir determinadas demandas sociais, que antes pertenciam de modo exclusivo ao Estado cabendo, no entanto, ainda ao Estado à defesa dos direitos fundamentais na forma de intervencionismo indireto. Pois, cabe a ele regular, fiscalizar e ordenar a atividade econômica, para proteção de direitos relativos aos hipossuficientes das relações que se estabelecem na sociedade.

Neste contexto, ao ser levada esta discussão ao campo da Responsabilidade Social da Empresa, é possível afirmar que o Estado pode intervir na criação de incentivos fiscais para consecução de projetos socioambientais, a isto se dá o nome de intervenção estatal no domínio econômico.

Segundo Gama (2003), o Estado pode influir no domínio econômico pela sua ação normativa, que no caso em questão encontra guarida no artigo 174 da CF/88.

3.3 Responsabilidade Social da Empresa segundo o Direito, Administração e Filosofia

3.3.1 Abordagem jurídica sobre a responsabilidade social da empresa

A controvérsia do conceito na área jurídica diz respeito a divisão entre aqueles que compreendem a responsabilidade

social da empresa como os princípios, institutos e categorias jurídicas que dão sustentação ao tema, portanto em consonância direta com a função social da empresa, e daqueles que consideram que esta responsabilidade ocorre justamente quando a empresa age de forma socioambiental, mas que vá além de sua função social, ou seja, além das obrigações legais.

Segundo Bessa (2006), a função social e a boa-fé são a espinha dorsal da responsabilidade empresarial no Brasil. Contudo, até que estes princípios se fizessem presentes em nosso ordenamento, ocorreu lenta evolução histórica de determinadas figuras jurídicas, principalmente quanto aos direitos subjetivos, a propriedade privada e a previsão legal da pessoa jurídica.

Assim, as novas coordenadas trazidas pela história, como a promulgação da Constituição de Weimer em 1919, a crise do modelo liberal em 29, a construção de um estado de bem-estar-social, a emergência de direitos humanos em 1948, que desde então, segundo Lafer, passam de *soft law* a *hard law* devido a importância que ganham nas constituições mundiais, possibilitou que os direitos subjetivos, a propriedade e os limites da pessoa jurídica fossem questionados a partir da finalidade social.

Silva (apud BESSA, 2006, p. 100), analisa que esta nova conotação não faz abolir a propriedade, “ela adquire um novo regime jurídico de caráter público” por vezes que, o exercício de suas faculdades fica vinculada a determinadas modalidades preestabelecidas.

Neste sentido, a partir da Constituição de Weimer, em seu artigo 153, última alínea, o uso da propriedade passa a ser vista como serviço ao bem comum, “direito meio” para concretização de fins sociais.

Deste modo, Bessa (2006) entende que a empresa, tal como pessoa jurídica que é, e, portanto sujeito capaz de direitos e deveres e deve responder por suas ações. Ou seja, ter responsabilidades que estão diretamente vinculadas sua função social.

Dentre as previsões, desta corrente, no ordenamento jurídico brasileiro destacam-se a Responsabilidade Objetiva, a presença de Cláusulas Gerais e a Boa-Fé contratual.

A Responsabilidade Objetiva significa a reparação do dano independente da figura da culpa, demonstrando suficiente a presença do nexos causal com a conduta do agente. Ela teve emergência no Brasil em meados do século XX em decorrência de atividades nucleares que implicavam em sérios riscos à sociedade, levando a um regime próprio de responsabilidade definida no Brasil pela lei nº. 6.453/77.

A previsão da responsabilidade objetiva no Brasil pode ser encontrada no artigo 2º da CLT referente ao risco da atividade empresarial, no artigo 927 do Código Civil de 2002 quanto à reparação civil por atos ilícitos, no Código de Defesa do Consumidor no artigo 12 e 14 com relação a responsabilidade do fabricante, produtor, construtor, importador, a responsabilidade do Estado no artigo 37, §6º da

CF/88, entre outros.

Quanto as Cláusulas Gerais, estas podem ser entendidas como técnica de aplicação das normas jurídicas, no sentido de integrar a interpretação baseada na boa fé, na ordem pública, justiça social e equidade. Segundo Costa (apud BESSA, 2006), a incompletude destas normas permite que seja o seu conteúdo preenchido pela jurisprudência, que usa elementos sociais, econômicos e morais para lhe auferir sentido.

Tem previsibilidade no ordenamento pátrio com projeção do artigo 5º, inciso XXIII da CF/88, sobre a disciplina dos contratos prevista no artigo 421, como também no artigo 112, que trata da declaração de vontade, art. 113, atinente a interpretação contratual segundo a boa-fé, art 122, pela necessidade de conformar o negócio jurídico na ordem pública. O artigo 157 trata dos desequilíbrios entre as partes, o 187 sobre o abuso do direito e uso da boa-fé e bons costumes. O art. 422 que regulam a necessária probidade e boa-fé nos contratos e art. 423 que trata de dar interpretação mais favorável à parte frágil do contrato, todos eles presentes no Código Civil de 2002 (BESSA, 2006).

Em relação à Boa fé, que tem grande relevância para o tratamento da Responsabilidade Social da Empresa, pode ser analisada segundo a possibilidade que esta figura jurídica guarda com os limites do exercício dos direitos subjetivos. Devido o fato da “boa fé transcender as particularidades formais e os interesses individuais evitando que as formas jurídicas sejam utilizadas para viabilizar atitudes nocivas pretendidas pelos contratantes”. Tal princípio pode ser observado no art. 4º do CDC e nos artigos acima citados atinentes a sua presença nos contratos (BESSA, 2006).

Por fim, há no ordenamento nacional, diversas tratativas sobre a função social da empresa, e que guardam, portanto, relação com a responsabilidade empresarial, pelo qual ganha destaque os princípios constitucionais que coordenam o sistema social brasileiro, assim expostos:

A função social da propriedade e subordinação da riqueza ao interesse geral (art. 1º e incisos; art. 3º e incisos; art. 5º, XXIII; art. 170; art. 185, § único; art. 186 e art. 219); Iniciativa pública e reservas ao setor público (art. 1º, art. 7º a art. 11, art. 21, art. 173, § 1º, art. 175, art. 193, art. 201, art. 202, art. 218, art. 219, art. 225); Planejamento da atividade econômica geral, modernização e desenvolvimento dos setores econômicos, distribuição de renda (art. 20, art. 174); Subordinação da atividade empresarial privada à promoção da existência digna e às exigências relacionadas à ordem econômica em geral (art. 1º, art. 3º, art. 170). Intervenção quando assim exija o interesse geral; participação dos trabalhadores na empresa em suas diversas formas (art. 6º a art. 11, art. 21, art. 175 a art. 177); Direito de greve (art. 6º a art. 11); Defesa e proteção dos consumidores e do meio ambiente; regime de autorização de produtos comerciais (art. 5º, XXXII, art. 21 a art. 24; art. 37, XIX e XX; art. 170 e incisos, art. 225) (BESSA, 1006, p. 168).

Deste modo, depreende-se desta concepção, que a idéia da responsabilidade empresarial pode ser comparada como a de

um sujeito (visto aqui como pessoa jurídica – empresa) que responde por seus atos, por se tratar de sujeito de direitos, que lhe é conferida liberdade para ação, condizente esta com o que foi determinado pelo Estado (função social).

Cabe, todavia, ressaltar que na área jurídica há outra abordagem que não considera a função social como sinônimo de responsabilidade social da empresa. O conceito, nesta perspectiva, poderia ser de que a empresa somente é considerada socialmente responsável quando sua ação for além das obrigações legais, ou seja, além de sua função social (CIRINO, 2007).

Como pode ser observado, o conceito trabalha com um leque maior de possibilidades para atuação empresarial. Seus adeptos entendem injusta a ação do Estado em criar incentivos fiscais para empresas que cumprem apenas as suas obrigações legais. Para estas, a própria lei já conteria sanção por infração, cabendo os benefícios tão somente para aquelas que agem além de suas obrigações.

Deste modo, por não estar estritamente vinculados à lei, sua origem guarda relação com um conceito maior, o de desenvolvimento sustentável, haja vista que este último passou por diversas fases e desafios, que incluiu no seu atual estágio a participação da empresa como também responsável pelos problemas socioambientais.

O desenvolvimento sustentável, surgiu a principio, em decorrência da atuação de ONGs ambientalistas que contribuíram para sensibilização dos problemas ambientais, e teve seu primeiro marco com a Conferência de Estocolmo em 1972 promovida pelas Nações Unidas na Suécia. Em segundo momento, o terceiro relatório apresentado pelo Clube de Roma em 1976, denominado ‘Para uma nova ordem internacional’, concluía que era imperioso o cuidado com as desigualdades sociais.

De acordo com a Fundação Getúlio Vargas – (FGV, 2009), a relação de renda média entre os países desenvolvidos e os subdesenvolvidos era de 13 para 1. Atualmente esta diferença passou de 20 para 1. Assim, em 1982, a Declaração de Nairobi da UNESCO, passou a considerar a pobreza como um dos desafios, além da questão ambiental, para o desenvolvimento sustentável.

Em 1992, tem-se o terceiro momento do desenvolvimento sustentável com a Eco 92, realizada pelas Nações Unidas, na cidade do Rio de Janeiro. A conferência enfatiza a necessidade da responsabilidade socioambiental, e inclui o papel da iniciativa privada (FGV, 2009). Daí em diante, a empresa passa a ser vista como agente importante para tais questões, sendo criado no mesmo ano o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável – WBCDS, que envolve 200 membros de mais de 35 países, das maiores empresas do mundo para discussão de políticas e parcerias na área e atuação além dos limites da lei.(WBDS).

Quanto a previsão no ordenamento jurídico, não existe ainda no Brasil lei nacional que trate da responsabilidade

social da empresa. Há, no entanto, projetos de lei em trâmite que regulam conteúdos relativos ao balanço social, certificação e incentivos ambientais, como o projeto de lei n.º 32/99, o projeto n.º 224/2007 da senadora Lúcia Vânia, e o projeto n.º 1305/03 do Deputado Bispo Rodrigues.

Em vigor, há leis que prevêm a possibilidade do empresariado fazer doações à projetos sociais e receber incentivos fiscais através de valores que variam basicamente de 1% à 4% abatidos do Imposto de Renda (IR) devido. São exemplos destas leis, a Lei n.º 8.313/91 (Rouanet), Lei n.º 8.685/93 (Audiovisual), abatimentos relativos ao FUNCRIANÇA, que se constitui como fundo especial gerido pelo Conselho da Criança e do Adolescente (OLIVEIRA; SCHWERTNER, 2009).

Destaca ainda o Programa Universidade para Todos (PROUNI), que viabiliza bolsas de estudos para alunos da graduação de baixa renda, desde que cumpram com os requisitos do art. 1º da Lei. n.º 096/2005, as doações feitas à OSCIPs (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), regulados pela Lei n.º 9.790/99, e ainda as doações às Entidades Civis sem Fins Lucrativos que atuem na área da saúde, educação e ou assistência social, regulada pela lei n.º 9.249/95 (OLIVEIRA; SCHWERTNER, 2009).

Apesar da importância destas abordagens, a pesquisa observou que ambos os conceitos não trazem os critérios de validade, universalidade e rigor a serem tratados mais a frente. Além disso, é possível que possam ainda trazer consequências sociais e jurídicas negativas.

Exemplo disso é quanto aos incentivos fiscais permitidos pelas leis culturais, como a audiovisual e Rouanet, uma vez que questiona-se quem são os destinatários do benefício. Isto porque, até que ponto filmes alternativos ou shows de MPB estariam de fato atingindo a classe mais pobre da sociedade. Seria isto responsabilidade social da empresa? Questionamento levantado por Bessa (2006, p. 138-139) sobre tais incentivos:

Nada mais são que uma renúncia fiscal arcada por toda sociedade, em benefício de alguns que usufruirão do serviço ou bem cultural (seria correto o uso de incentivos fiscais para promover eventos a que somente a elite terá acesso?).

Feitas estas considerações sobre o tema na seara jurídica, segue à análise conceitual na área da administração de empresas.

3.3.2 Abordagem administrativa sobre a responsabilidade social da empresa

O conceito de Responsabilidade Social da Empresa passou por um processo histórico e até hoje não há unanimidade quanto o seu sentido ou alcance de seu significado. Segundo Ashley (2005), nem mesmo dentro da própria administração o conceito apresenta sentido único. Pelo contrário, há diferentes nomes para a mesma situação, como Responsabilidade Social Corporativa, Retitude Social Corporativa ou Responsividade

Social Corporativa, cada qual utilizado em épocas distintas e com variações de significado.

O objetivo desse estudo não é trazer as várias nomenclaturas ou o possível sentido de cada uma. Será utilizado, portanto, o termo Responsabilidade Social da Empresa como expressão genérica. Faz-se necessário, entretanto, fazer uma diferenciação importante que ocorre dentro da área entre a teoria economia clássica e as novas teorias, chamadas críticas.

Assim, segundo Fridman (*apud* ASHLEY, 2005, p. 27), a visão clássica de responsabilidade social é “aquela que responde as expectativas de seus acionistas”, portanto, em agradar os chamados *shareholders*, tendo como único objetivo a preocupação em obter lucro.

Na abordagem crítica existem duas linhas básicas de argumentação, a ética e a instrumental. A linha ética guarda grande relação com princípios religiosos e sociais, devendo a empresa acompanhar esta normatização e se adaptar aos valores relativos à sociedade que está inserida. Na linha instrumental, defende-se a intrínseca relação entre mercado e o agir responsável da empresa, portanto como meio de tornar os produtos mais competitivos (ASHLEY, 2005).

Observa a autora, que a partir da década de 70 o aspecto normativo passa a se incorporar ao conceito, e na década de 90. Tal idéia ganha forças, de modo que a ética passa a ser elemento do conceito, além de inserir como preocupação outros interesses que não apenas dos acionistas, mas de todos que direta ou indiretamente estão ligados às atividades da empresa, também chamados *stakeholders*. Portanto, o conceito deixa de ter caráter apenas convencional, ou seja, a ação ética pautada em ditames legais, e passa a ser pós-convencional, promovendo o respeito pela sociedade e meio ambiente além dos limites legais (ASHLEY, 2005).

A abordagem crítica se deu em grande parte pela ocorrência da Rio-92, momento pelo qual a empresa passa a ser vista como agente social capaz de ter responsabilidades em relação ao meio em que está inserida, de modo que os debates realizados na época contribuíram para a construção do conceito de responsabilidade socioambiental. Assim, de predominantemente reativas - só atendiam aos padrões ambientais quando obrigadas - para predominantemente pró-ativas, indo além do que lhes é exigido pela legislação (FGV, 2009):

Deste modo, após longa caminhada o conceito foi então estabelecido em 1998 pelo CEMDS (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável) como:

O comprometimento permanente dos empresários em adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, simultaneamente melhorando a qualidade de vida de seus empregados e suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo (FGV, 2009, p. 43).

Contudo, apesar de verificado a evolução do conceito, é mais presente na área a fundamentação crítica instrumental, em que a ética passa a ser vista como negócio e fator de

competitividade.

Para isto, Marzá (2008, p. 126) dá o nome de enfoque funcional, em que a ética é vista como estratégia para que a empresa se mantenha no mercado, de modo que o “moralmente bom se confunde com o empiricamente desejado”.

Segundo depoimento de Emílio Odebrecht, em 1999, a busca de maior produtividade, bem como aprimoramento emocional e humano de seus integrantes é que asseguram a competitividade da empresa em um mundo cada vez mais globalizado (FGV, 2009). E a especialista e socióloga Karindeny Gomes analisa que diferentemente do que ocorrem em ajudas assistencialistas, as empresas preocupam-se com o resultado de seus investimentos, e exigem o monitoramento e avaliação das ações, demonstrando como os conceitos de ética e mercado estão aqui bastante atrelados (FGV, 2009).

Nesta abordagem, muitos defendem que responsabilidade socioambiental da empresa tem relação com o desempenho financeiro da instituição, devido ao fato que sua implementação é capaz de atrair investidores internacionais, como demonstra o estudo de McKinsey & Co.:

Um estudo recente da McKinsey & Co., centrado em países desenvolvidos, confirma que investidores institucionais estão preparados para pagar mais 20% nas ações de empresas que demonstram um bom governo empresarial. Inversamente, metade dos investidores europeus e um pouco mais dos investidores americanos decidiram não investir numa empresa, ou cortar fundos, devido a práticas de governo fracas – Russell Reynolds Associates (GERALDINI, 2009).

No Brasil, Fabião (2003), em pesquisa premiada pelo Instituto Ethos, compartilha a mesma compreensão sobre o fenômeno. Ao citar Patrícia Ashley analisa que a responsabilidade social da empresa é conceito que vem sendo posto em prática principalmente por multinacionais, e usado como estratégia de negócio. Lembra ainda a importância de preservar a imagem da instituição, pois um simples arranhão poderia afetar a opinião dos investidores internacionais.

A própria Bovespa (2008), em atenção a este segmento, criou índices que medem o grau de sustentabilidade da empresa, acreditam ter valor maior no mercado de capitais.

Dado interessante, trazido pela folha de São Paulo, é o elevado número de empresas de grande porte que realizam a responsabilidade social, 96% das grandes corporações, com mais de 500 funcionários, adotaram a idéia. Os dados do IPEA apontam ainda que 4,7 bilhões de reais por ano são investidos na área pelas empresas, o que demonstra interesse significativo do empresariado brasileiro no setor (VALOR ECONÔMICO, 2005).

Nota-se, portanto, que o argumento comumente utilizado por aqueles que enxergam na ética um negócio lucrativo é a valorização de suas ações, contudo, se pautam também fatores de ordem lucrativa, como os Princípios do Equador,

que são critérios mínimos para a concessão de crédito, que asseguram que os projetos financiados sejam desenvolvidos de forma socioambientalmente adequados (THE EQUATOR PRINCIPLES, 2003).

Tais financiamentos chegam a valores acima de 50 milhões de dólares, e são realizados por bancos internacionais para projetos de países em desenvolvimento que realizam ações em áreas socioambientais e que passam pelos critérios A, B, e C de seleção (FGV, 2009). No Brasil, bancos como o Bradesco, Unibanco, Real e Itaú compõem a lista de financiadores internacionais, e juntos, em 2007, totalizaram 17 bilhões em investimentos (VIALLI, 2007).

Para demonstrar a valorização das ações de empresas que investem em projetos socioambientais, foi lançado em 1999 pela *Dow Jones e Sustainability Asset Management (SAM)*, gestadora de recursos da Suíça, o Índice Dow Jones de Sustentabilidade para funcionar como instrumentos de orientação das políticas de investimento de empresas e de acionistas na compra de ações ou cotas de fundos de investimentos (FGV, 2009).

Até outubro de 2003 apenas 4 empresas brasileiras conseguiram alcançar os mais de 30 itens avaliados para compor o ranking: o banco Itaú *Holdilng* Financeira, Itaúsa Investimentos, Companhia Energética de Minas Gerais e EMBRAER. Em 2008, as empresas brasileiras passaram a ser 8, são elas: Aracruz, Bradesco, Itaú Holding Financeira, Cemig, Itaúsa Investimentos, Petrobras, Usiminas e Votorantim Celulose e Papel (SOUZA, 2009).

Segundo pesquisa finalista do prêmio Ethos de 2006, ao serem comparadas as ações de empresas que investiram em responsabilidade social, com aquelas que não o fizeram é possível verificar que, de dezembro de 1993 a junho de 2004, as ações comuns da Dow Jones valorizaram 167%, enquanto que as ações da Dow Jones com índice de sustentabilidade valorizaram 225% em igual período (ARANTES, 2006).

O gráfico 1, segundo a Fundação Getúlio Vargas (2009) demonstra que quanto mais a empresa investe na área socioambiental, maior será a valorização de suas ações.¹

Assim, resta claro que os fatores instrumentais têm papel relevante para a consecução de projetos na área sociambiental. Contudo, apesar dos fortes argumentos nesta abordagem, nenhum destes conceitos fora capaz de tratar da universalidade, validade e rigor para que se justifique a presença da intervenção do Estado. Além disso, uma crítica levantada ao conceito ético, é a sua não universalidade, dado a natureza particularizada de valores sociais e religiosos, o que dificulta a sua implementação em um mundo plural e globalizado (HABERMAS, 1999).

Quanto ao conceito instrumental, tem-se uma distorção completa do sentido, visto que, segundo a teoria habermasiana, a razão pragmática, como no caso em questão, visa apenas o

1 Gráfico traduzido pela Fundação Getúlio Vargas, o original consta nos dados da própria Dow Jones. Título do gráfico: Comparação da valorização das ações incluídas nos índices de sustentabilidade e no Índice Geral da Dow Jones, entre dezembro de 1993 e setembro de 2004.

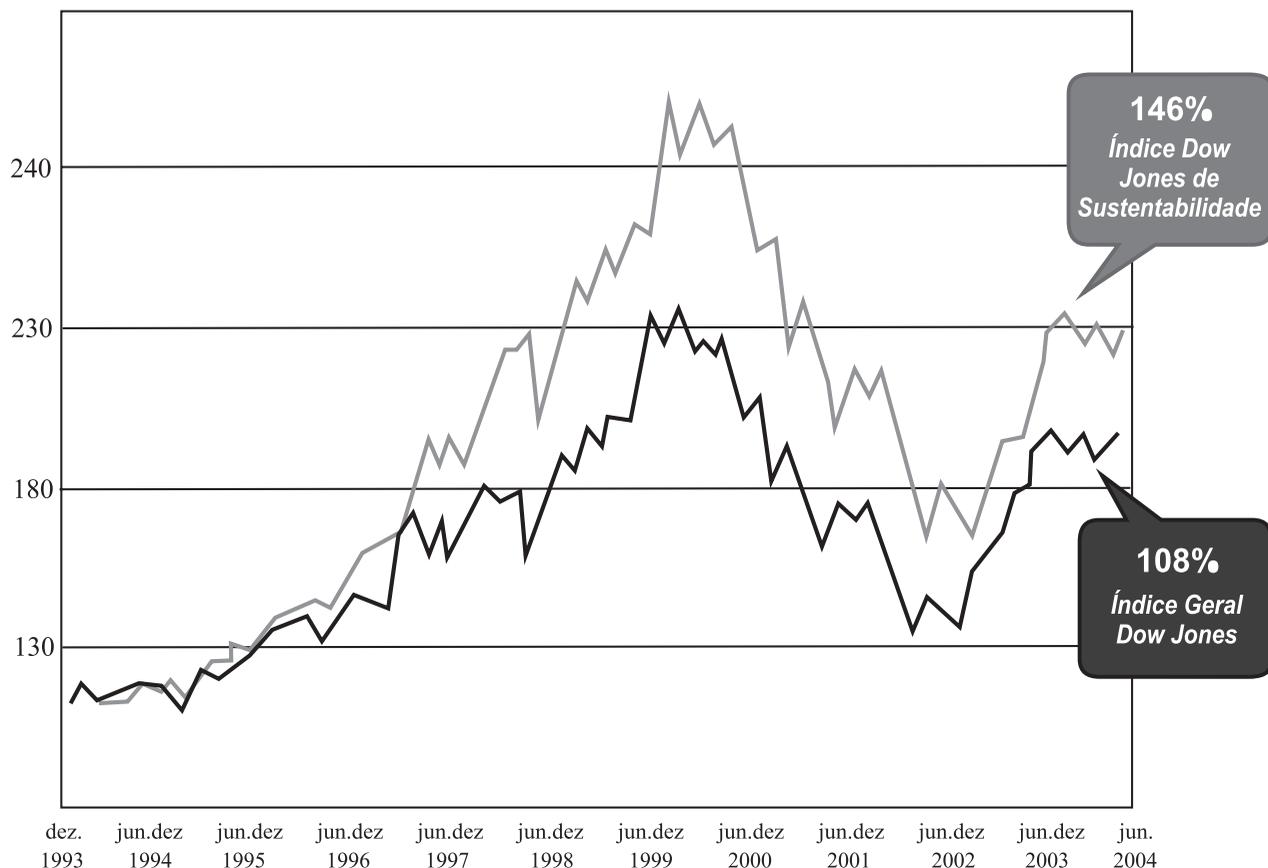


Gráfico 1 - Comparação da valorização das ações incluídas nos índices de sustentabilidade e no Índice Geral da Dow Jones

alcance de determinados fins, e para tanto calcula os meios que chegarão a sua consecução. Esta forma está muito distante da razão ética, quanto mais moral, como serão explicadas mais à frente, deste modo, não poderia ser usada como fundamento de responsabilidade social da empresa.

3.3.3 Abordagem filosófica sobre a responsabilidade social da empresa

Por fim, a abordagem filosófica, terá como enfoque o estudo da teoria do discurso em Habermas e Marzà. A importância deste estudo diz respeito, sobretudo, a busca por uma moral universal, ou procedimento universal capaz de ser aplicado em empresas do mundo todo.

Para Marzà (2008), um dos problemas presentes na maioria das teorias relativas a responsabilidade social da empresa, consiste em não conseguir justificar a presença de uma ação moral empresarial universal. Isto porque, partem geralmente por dois caminhos, ou apelam a consciência individual, ou a consideram como produto de socialização advindo da cultura, resultando da busca da ética global mínima, exteriorizadas no que se pode chamar, atualmente, de hipernormas, por exemplo a SA 8000 e as ISOs. Contudo, a crítica que se levanta é a construção de uma ética já pressuposta, tradicional, pré-determinada, forçando valores a se enquadrarem nestes critérios.

Neste aspecto, a teoria de Marzà (2008) ganha especial

atenção, haja vista, a tentativa do autor em oferecer um conceito de responsabilidade social da empresa pautado em critérios objetivos e universais. Para tanto, recorre à teoria habermasiana, no que pese a teoria discursiva moral, uma vez que, quanto à teoria política de Habermas ou discursiva do direito, os autores guardam diferenças significativas.

Assim, Marzà buscou aliar técnicas da Administração de Empresas para dar objetividade à teoria, conjuntamente com a aplicação da teoria habermasiana nas empresas, para dar universalidade.

Para melhor compreensão, serão apontadas as principais características da teoria discursiva moral em Habermas, para posteriormente, comentar a teoria de Marzà.

Deste modo, cumpre esclarecer que Habermas busca em sua teoria a discussão da possibilidade de uma moral universal. Para o autor, tal universalidade estaria presente na linguagem, isto porque, em qualquer parte do mundo, os sujeitos humanos são capazes de comunicação, ou seja, de serem compreendidos e compreender.

Assim, o autor diferencia moral e ética, uma vez que o sujeito ético é aquele quem se comporta segundo valores culturais e individuais tecidos ao longo de sua história pessoal, de modo que as relações que manteve com a família, escola ou meio social colaboram para a sua formação. Portanto, variam de sujeito para sujeito, e compreendem espaço de valores particularizados (HABERMAS, 2009).

A moral é ampla e pressupõe o espaço democrático. Aqui os valores podem ser reavaliados pelos sujeitos na medida em que todos são capazes de comunicação e participação. Permite, deste modo, questionamento de preceitos éticos e possibilidade de consenso através do diálogo, no sentido de equalizar interesses e valores diversos dos sujeitos que deliberam (HABERMAS, 1999).

A moral, neste sentido, tem aspecto mais abrangente, visto que para sua ocorrência são necessários mais de um sujeito. Além disso, requer a intersubjetividade, ou seja, além da subjetividade entre sujeitos, é necessário também a compreensão mútua.

Outro ponto relevante da teoria habermasiana consiste em perceber que o autor buscou formas de teorizar a participação democrática da sociedade, sem que seja tão somente pela mera representação ou voto universal. Assim, elabora diversas teorias, e a discursiva moral consiste em demonstrar que há estrutura universal na linguagem, capaz de levar os sujeitos a solução de seus problemas por intermédio da comunicação.

Assim, notou que os processos comunicativos são capazes de alcançar acordos morais legítimos, e justamente esta estrutura fora levada à teoria de Marzá. Antes disso, cabe ressaltar, que Habermas, para que a linguagem não recaísse em recursos meramente estratégicos, buscou determinados pressupostos universais e identificar certas regras para sua legitimidade. Deste modo, dentre elas destacam-se as condições do processo argumentativo, sendo necessário a presença da inteligibilidade, verdade proposicional, correção ou retitude normativa; e o primado da razão comunicativa sobre a instrumental (VELASCO, 2003).

Há ainda outra condição, que são as de possibilidade de entendimento, retiradas da teoria de Alexy. São formadas por 3 grupos: a) regras lógico-semântica, onde não é lícito a contradição; b) regras gerais de competência, que permitem que o falante diga aquilo que acredita, mas se trazer um ponto que não for objeto da discussão deve explicar o motivo; c) regra do discurso propriamente dita, onde a qualquer um é permitido falar e agir, problematizar, introduzir nova asserção, manifestar desejos, necessidades, impedidos todos, no entanto, de agir de modo coercitivo para barrar o direito dos outros (BASTOS, 2008).

Contudo, cabe notar que a linguagem poderia ser utilizada tanto para ações comunicativas que visem o bem comum, como para fins estratégicos, que buscam o benefício próprio, trazendo duas perspectivas de interação humana, qual seja, social ou egocêntrica (VELASCO, 2003).

Deste modo, a estrutura universal da linguagem ainda deveria obedecer o que Habermas denominou da situação ideal de fala para verificar se o mecanismo adotado serve para dar validade racional aos acordos alcançados, que se trata de uma construção teórica de John Rawls no sentido de se alcançar a imparcialidade das interações comunicativas, devendo-se observar: publicidade das deliberações, direitos simétricos

entre os participantes e não existência de coação, valendo apenas a força do melhor argumento (VELASCO, 2003).

Assim vista a teoria discursiva moral de Habermas, é possível compreender a teoria de Marzá, uma vez que este autor faz uso desta e a aplica nas empresas, criando sua teoria sobre ética empresarial, ou responsabilidade social da empresa.

Marzá (2008) parte do princípio que somente sobreviverão empresas que conseguirem manter a confiança. Não somente ao público consumidor, mas, sobretudo sua imagem institucional frente ao mundo financeiro (acionistas) e público interno (funcionários, fornecedores). Para tal, elabora sua gestão da confiança, segundo o qual acredita que somente uma empresa será confiável se tornar possível a transparência e justiça dentro dela, que no caso em questão, o caminho seria através da gestão democrática.

Contudo, cabe salientar, que para Marzá (2008) criar uma ética aplicada da teoria discursiva moral de Habermas, o autor reconstruiu o conceito de sociedade civil; meio pelo qual recolocou a empresa em contexto comunicativo, tendo em vista que, para Habermas, a empresa, por fazer parte das forças econômicas, seria dotada de uma racionalidade estratégica.

Marzá (2008) acredita que nos dias atuais a empresa que não gerar confiança, entre a opinião pública, e o público interno, não terá grandes chances de sobreviver no mercado por não gozar de reputação ou boa imagem social. Ainda de acordo com o autor, todo ser humano, em seu mundo subjetivo, carrega uma parte composta por sentimentos e intuição, como: indignação frente ao trabalho infantil ou suborno; outra composta por valores, dotadas de significações sociais compartilhadas, podendo a empresa se adequar ou não; e por fim, por uma parte chamada razão, capacidade de se chegar ao convencimento interno sobre a verdade como resultado do diálogo pautado em argumentações e participação dos diretamente interessados na questão. Assim, Marzá (2008) comenta que isto é o que na verdade diferencia a norma jurídica da moral. Enquanto que na primeira há obrigatoriedade, na segunda há validade, porque se deu em decorrência do reconhecimento intersubjetivo entre aqueles que dialogavam, ou seja, há o predomínio do uso da razão, valores e sentimentos. Por isto, há a possibilidade de uma norma ser vigente, mas não ser considerada válida.

Deste modo, a confiança somente nasce se passar por estas 3 esferas: ser capaz de gerar confiança no plano dos sentimentos (intuição); dos valores (ética); e da razão (moral). A empresa capaz de gerar estas 3 formas dentro de si, ou seja, reputação, teria, segundo Marzá (2008), grandes chances de obter, boa imagem e ganhos econômicos futuros.

Neste sentido, a proposta consiste em utilizar a teoria moral discursiva de Habermas e seus pressupostos universais dentro das empresas. Mas para fazê-lo, o autor utiliza o enfoque corretivo, como o funcional, ou seja, usa a teoria do dever-ser conjuntamente com técnicas pragmáticas da Administração.

Assim, as técnicas da administração consistem em códigos de ética, comitês de ética, balanço social e auditorias éticas, e passam a ser incorporadas junto a teoria de Habermas. Marzà (2008) propõe o enfoque integrativo, segundo o qual a empresa permite, através destes instrumentos, a participação coletiva nas questões que envolvem a todos. Nos comitês ocorreriam as deliberações, os códigos alicerçariam valores e metas a serem cumpridas, gerando transparência diante a opinião pública e através dos balanços sociais e auditorias restaria averiguar o impacto das ações no meio social.

Há ainda, que se esclarecer um ponto divergente entre os autores, já que para Habermas, devido a situação ideal de fala, não é possível a aplicação da teoria moral discursiva em lugares onde há assimetria de poder e possibilidade de coerção. Marzà (2008) entende, contudo, que apesar disto ser uma realidade dentro das empresas, tal assimetria não restaria verificada para determinadas situações.

No atual momento, da globalização, a sociedade passa a ter maior autonomia, seja como consumidora, ou através de organizações civis de diversas ordens, capaz portanto de gerar opinião pública. Sendo que em questão de minutos uma empresa pode ser desmoralizada de acordo com os atos que pratica, como o caso da *Nike* que viu suas ações sofrerem grande impacto devido práticas consideradas imorais.

Deste modo, criou-se oportunidade para que determinados interesses, gerais ou legítimos, venham a ser discutidos de forma igualitária. Marzà (2008) defende que os comitês de ética discutam apenas estes interesses legítimos; uma vez que, pela importância que causam na opinião pública não haveria que se falar em assimetria de poder.

4 Discussão e Considerações Finais

Feita a abordagem nas 3 áreas, coube analisar qual proposta seria a mais adequada segundo os critérios de universalidade, validade e rigor, destacando-se a teoria de Marzà.

A universalidade da proposta consiste na utilização da teoria discursiva moral habermasiana, segundo o qual existem determinados pressupostos universais no procedimento comunicativo e linguagem que conferem universalidade ao método. A validade diz respeito a formação de normas e soluções de conflitos, advindos da força do melhor argumento, em que os participantes, através da possibilidade de ouvir e serem ouvidos, podem chegar a determinadas convicções internas sobre a verdade, sem que haja a presença da coação. Destaca-se por fim o rigor, devido a presença de técnicas da administração, como códigos, comitês, auditorias e balanço social que permitem que sejam reaplicados por qualquer empresa.

Cabe destacar, que a gestão democrática passa a ser realidade em diversas empresas. Destaque para a Google, eleita a melhor empresa para se trabalhar (GLOBO.COM, 2007), que apesar de não ser um modelo habermasiano, apresenta nova forma democrática de trabalho. Destaque, no entanto, para a empresa brasileira Semco, de Ricardo Smeler,

que segundo entrevista concedida à revista *Época* (REVISTA ÉPOCA, 2004) recuperou um quadro de falência para atualmente ser lucrativa e de grande porte após a possibilidade de seus funcionários participarem democraticamente de decisões, dentre outras técnicas neste viés.

É possível afirmar que, caso fosse criada lei nacional sobre Responsabilidade Social da Empresa no Brasil, o conceito mais adequado seria o de Marzà, tendo em vista que a proposta alia moral e participação democrática com a possibilidade de lucro.

Restaria verificar a importância do Estado em criar incentivos fiscais para empresas merecedoras desta intervenção estatal, para consolidar, enfim, a atuação conjunta entre Estado, Sociedade e Empresas no fortalecimento de relações empresariais mais justas.

Este estudo buscou mostrar as divergências conceituais sobre a responsabilidade social da empresa no direito, na administração e filosofia; e verificar e haveria dentre todas as abordagens, uma que seria a mais adequada segundo os critérios de validade, universalidade e rigor. Assim sendo, a teoria de Marzà mostrou-se mais adequada para justificar a presença do Estado como interventor no domínio econômico.

Referências

- ALMEIDA, F. Negócios com inclusão social. Disponível em: <http://www3.fiemg.com.br/cidadania/content/noticia/1st_noticia.asp?nCodNoticia=459>. Acesso em 05 abr. 2009.
- ARANTES, E. Investimento em responsabilidade social e sua relação com o desempenho econômico das empresas. *Rev. Conhecimento Interativo*, São José dos Pinhais, v. 2, n.1, p. 03-09, jan./jun. 2006.
- ASHLEY, P.A. Mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial. In: _____. *Ética e responsabilidade social nos negócios*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BASTOS, C.V.R.A. Análise do conselho nacional de meio ambiente a partir do paradigma procedimental do direito. 2008. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade Estadual de Londrina, Londrina.
- BESSA, F.L.B.N. Responsabilidade social das empresas: práticas sociais e regulação jurídica. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.
- BOVESPA. Empresas sustentáveis valem mais no mercado de capitais. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br>>. Acesso em: 07 dez. 2008.
- CIRINO, S.M. Direito tributário ambiental: benefícios fiscais às empresas para proteção do direito fundamental ao meio ambiente. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina.
- THE EQUATOR PRINCIPLES: an industry approach for financial institutions in determining, assessing and managing environmental & social risk in project financing. 2003. Disponível em: <http://www.equator-principles.com/principles.shtml>. Acesso em: 17 fev. 2009.
- FABIÃO, M.F. O negócio da ética: um estudo sobre o terceiro setor empresarial. In: BARALDI, G. (Coord.). Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades. São Paulo: Peirópolis, 2003.

FELIX, L.F.F. O ciclo virtuoso do desenvolvimento responsável. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/>. Acesso em: 19 mar. 2008.

FERREIRA NETTO, A.G. O direito no mundo globalizado: reflexos na atividade empresarial. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina.

FGV – Fundação Getúlio Vargas. Curso de responsabilidade socioambiental. Módulo 1, 2 – Un. 2009. Disponível em: <http://www5.fgv.br/fgvonline/>. Acesso em: 20 jan. 2009.

GAMA, T.L. Contribuição de intervenção no domínio econômico. São Paulo: Quartier Martin, 2003.

GÉRALDINE. Empresa responsável: empresa lucrativa?. Disponível em: <http://moodle.fgv.br/>. Acesso em: 20 jan. 2009.

GLOBO.COM. Google é eleita a melhor empresa para se trabalhar nos Estados Unidos. 2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1412622-6174,00.html> Acesso em: 20 mar. 2009.

HABERMAS, J. Acerca do uso pragmático, ético e moral da razão prática. Lisboa: Instituto Piaget. 1999.

MARQUES NETO, F.P.A. Regulação estatal e interesses públicos. São Paulo: Malheiros, 2002.

MARZÁ, D.G. Ética empresarial: do diálogo à confiança na empresa. Pelotas: Unisinos, 2008.

OLIVEIRA, L.J.; SCHWERTNER, I.M.G. Breve análise das práticas de responsabilidade social empresarial e a concessão de incentivos governamentais em âmbito federal. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=9864> Acesso em: 20 abr. 2009.

REVISTA ÉPOCA. *Em novo best-seller, Semler explica por que dormir em serviço pode ser bom para o negócio.* 2004. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT699954-1666,00.html> Acessado em 03/07/2008.

SOUZA, M. Índice dow jones de sustentabilidade tem 8 brasileiras. *Agência Estado.* 2009. Disponível em: <http://portalexame.abril.com.br/ae/financas/m0167196.html>. Acesso em: 15 jan. 2009.

THE EQUATOR PRINCIPLES: an industry approach for financial institutions in determining, assessing and managing environmental & social risk in project financing. 2003. Disponível em: <http://www.equator-principles.com/principles.shtml> Acesso em: 17 fev. 2009.

VELASCO, J.C. Para leer habermas. Madrid: Alianza, 2003.

VIALLI, A. Banks increase their environmental requirements. Disponível em: http://www.equator-principles.com/brasil_vialli.shtml. Acesso em: 13 out. 2008.

VALOR ECONÔMICO. Quase 100% das grandes investem no social. 2005. Disponível em: <http://ouvidori.petrobras.com.br/paginadynamica.asp?Grupo=53&Publicação>. Acesso em: 20 maio 2008.