

O FENÔMENO DA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EMPRESARIAL

Luiz Carlos dos Santos

1 INTRODUÇÃO

A divulgação de pesquisas científicas sobre o aquecimento global tem despertado a atenção da sociedade e parece ter cristalizado a superação do velho paradigma de que a preocupação ambiental implica em obstáculo ao desenvolvimento econômico. Aumenta-se, assim, **a preocupação com o desenvolvimento sustentável**, usualmente definido como **aquele que atende às necessidades do presente, sem comprometer a possibilidade de satisfação de necessidades das gerações futuras**. Isso implica em perquirir um desenvolvimento que gere ganhos sociais e econômicos com o mínimo de dano ao meio ambiente.

Nesse contexto, as Nações como indutoras desse desenvolvimento, outrora impotentes, tiveram que ser compelidas a participar de agendas, principalmente depois da Rio-92 e, recentemente, a de Paris-2015, estabelecendo diretrizes básicas para o desenvolvimento sustentável a serem introduzidas no planejamento estratégico dos Países.

Por outro lado, a sociedade, incluindo os investidores, tem induzido as empresas a agregarem variáveis ambientais e sociais em seus *core business*. Com isso, rompendo paradigmas preconizados por teorias econômicas ortodoxas, de que as questões sociais e ambientais são externalidades e, portanto, não fazem parte do negócio das empresas.

Nessa lógica, o objetivo deste texto de opinião é levantar aspectos relativamente às políticas de Responsabilidade Socioambiental (RSA), para discussões futuras.

Quanto à trilha metodológica, o texto enquadra-se na tipologia exploratória que, segundo Antônio Carlos Gil (2011, p. 27) “As pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”. Assim, a partir de fontes bibliográfica, documental e eletrônica, o fenômeno da RSA é trazido para ampliar o arcabouço teórico, a fim de propiciar futuras discussões e bases para investigações.

Para efeitos do texto, os termos “responsabilidade social empresarial (RSE)”, “responsabilidade socioambiental (RSA)”, “responsabilidade corporativa e sustentabilidade” são utilizados como sinônimos. Todos sinalizam a disposição da empresa em lidar com (se inserir em) questões sociais e ambientais de modo geral, que **desembocam em contribuições**

ao desenvolvimento sustentável. O que ocorre, na prática, é que a terminologia (discurso) vai sendo alterada, conforme o enfoque que se quer evidenciar em determinado contexto/momento: por exemplo, na década de 80, preponderava o termo **compromisso social**; na década de 90, a denominação passou a (e se consagra como) **responsabilidade social**; a partir do ano 2000, encontram-se mais comumente os termos **responsabilidade socioambiental, responsabilidade corporativa e sustentabilidade.** (VENTURA, 2005).

O texto foi estruturado em 4 (quatro) seções, além desta Introdução. O capítulo seguinte dedica-se à gênese e trajetória da Responsabilidade Socioambiental Empresarial; RSA no Brasil e os líderes no movimento compõem a subtemática abordada na seção 3 (três); o capítulo que se segue traz à baila a questão da responsabilidade socioambiental no sistema financeiro, numa dimensão histórica; e, a conclusão, encerra estas breves notas que, cujo propósito, não foi o de esgotar a matéria tão extensa que é.

2 GÊNESE E TRAJETÓRIA DA RSE

O conceito de responsabilidade social não é novo (KREITON, 2004). Porém, não se chegou a um consenso sobre o significado e limites, uma vez que é amplo e ainda objeto de disputa (TOSINI; VENTURA; CUOCO, 2008). As definições para o conceito, conquanto todas guardam tom normativo, variam de acordo com o contexto histórico e social em que são formuladas e, sobretudo, em função dos interesses e da posição ocupada no espaço social pelo grupo que as formula.

Porém, segundo Kreitlon (2004, p. 28), muitas definições buscam se estabelecer como gerais e consensuais, embora, sejam expressões de interesses particulares e específicos – quando uma definição prevalece no espaço social, indica que outras foram derrotadas. Apesar disto, de acordo com a autora, existe um “consenso mínimo” quanto ao fato de que uma empresa socialmente responsável deve: reconhecer o impacto de suas atividades causam sobre a sociedade na qual está inserida; gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto ao nível local como global; e, realizar esses propósitos por meio do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes em parcerias com outros grupos e organizações.

A discussão sobre responsabilidade social empresarial tem início nos anos 70, a partir da publicação do artigo de Milton Friedman, “*The social responsibility of business is to increase its profits*”, em que apregoa que a única responsabilidade social da empresa deveria ser com seu acionista.

Desse confronto de ideias emerge o pensamento de que as empresas deveriam responder a obrigações mais amplas do que a de simplesmente gerar lucro para os acionistas. Segundo Kreitlion (2004, p. 30), “[...] cresce uma atmosfera ‘antinegócios’ que inquieta o meio corporativo - e é então que tem início o verdadeiro debate sobre a responsabilidade social das empresas”.

No final dos anos 70, segundo a autora, novas teorias de responsabilidade individual dão lugar a uma responsabilidade corporativa, passando de uma **perspectiva individualista** para uma **dimensão organizacional**, que transcende à mera agregação das ações dos sujeitos. Ao final desse período, a ideia de responsabilidade dissocia-se progressivamente da noção filantrópica, passando a referir-se às consequências do negócio em si da empresa. Consubstancia-se, então, a RSE, passando a empresa a ser vista como **um ator estratégico para a sociedade**.

Paralelamente, emerge o debate sobre os problemas ambientais oriundos das atividades econômicas das empresas. Nesse sentido, em 1987, o Relatório *Brundtland* lança o conceito de “desenvolvimento sustentável”, que pretende conciliar desenvolvimento econômico e proteção ambiental. Em 1992, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUCED), a Rio-92, endossa o conceito, que combina aspirações compartilhadas por todos os países ao progresso econômico e material com a necessidade de uma consciência ecológica.

O debate acerca dos problemas ambientais tem se acirrado nas duas últimas décadas em decorrência de relatórios científicos sobre os problemas - aquecimento global, destruição da camada de ozônio, devastação de florestas tropicais. (TOSINI; VENTURA; CUOCO, 2008). Diante de falta de ações concretas por parte dos governos locais, bem como da falta políticas internacionais para solução dos problemas, a sociedade vem criando redes de pressão sobre as corporações para que estas se posicionem no mercado de forma socioambientalmente mais amigável. Este é o pano de fundo necessário para o entendimento do **surgimento e disseminação do movimento pela responsabilidade socioambiental no Brasil**.

3 RSA NO BRASIL E OS LÍDERES NO MOVIMENTO

Se comparado com alguns países do hemisfério norte, **no Brasil a propagação da ideia de responsabilidade social das empresas é mais recente** (ASHELEY, 2005). Mas, a difusão da terminologia Responsabilidade Social Empresarial aparece somente no final da década de 90, abrindo um conjunto de questões e desafios, não somente para os gerentes, mas

para os negócios em geral. Deve ser ressaltado que a terminologia vai sendo alterada, conforme o enfoque que se quer evidenciar. Nas últimas décadas, muitas organizações suscitaram o debate sobre a Responsabilidade Socioambiental e a conduziram-no Brasil.

Segundo Cappellin e Giuliani (2002), nos anos 80, as associações empresariais brasileiras passaram a incentivar seus associados, fornecendo recursos econômicos e humanos, a expandir suas atividades filantrópicas para mostrar sua consciência social. Assim, entre outros institutos e associações pioneiros na orquestração dos interesses da iniciativa empresarial brasileira por questões sociais e de cidadania, destacam-se: a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides), fundada em 1986; a Câmara Americana de Comércio de São Paulo (Amcham/SP), que promove o conceito de cidadania corporativa, propiciando ações sociais nas comunidades locais por intermédio do setor produtivo; o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), formado também em São Paulo, em 1987, que deu novo tom à discussão, propondo dar prioridade aos interesses nacionais, em detrimento dos industriais; e, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), criado formalmente em 1995, ao discutir filantropia, promove a reciprocidade e a responsabilidade dos negócios para com a sociedade, incentivando o trabalho conjunto com o Estado, a fim de diminuir a desigualdade. De diferentes maneiras, segundo Cappellin e Gualiani (2002), estes cinco grupos **sugerem que a iniciativa privada pode colaborar com as funções do Estado.**

Mas, na década de 90, as empresas e suas associações passam a incorporar demandas sociais a seus objetivos de modo mais sistemático, introduzindo novos modelos de relacionamento – uma visão mais abrangente, em que **perde espaço o discurso filantrópico para um novo modo de organizar a gestão empresarial.** Assim, propaga-se, em um intervalo de tempo relativamente pequeno, o conceito e as ideias relacionadas a RSE, mobilizando inclusive a opinião pública nesse processo.

Com o incremento da parceria entre Estado e Sociedade na década de 90, a fim de reduzir a desigualdade social, **há crescimento do chamado Terceiro Setor no Brasil.** Do ponto de vista empresarial, aumenta o número de fundações ou ONGs associadas a projetos na esfera social. Nesse quadro, outras organizações, objetivando fazer a junção entre interesses comerciais e socioambientais, foram sendo fundadas ao longo das últimas duas décadas.

Agregado ao crescimento verificado no Terceiro Setor (TS), principalmente depois da Conferência Rio-92, essas organizações viabilizaram as parcerias entre os diferentes setores. Paoli (2002) considera a Fundação Abrinq a primeira entidade empresarial a organizar-se para ação social nos moldes de uma nova filantropia “cidadã”.

Assim, as ONGs desempenharam papel relevante na disseminação do fenômeno da Responsabilidade Social, merecendo destaque o trabalho efetuado pelo Instituto de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), em sua **Campanha pelo Balanço Social**, a partir de 1997. Ao incentivar a publicação do balanço social, que tem o propósito de evidenciar as práticas sociais e ambientais das empresas, o **Ibase** disseminou e incentivou a inserção das empresas no movimento pela Responsabilidade Socioambiental, impulsionando sua institucionalização.

No meio empresarial merece destaque o trabalho desenvolvido pelo Instituto **Ethos** de Empresas e Responsabilidade Social, criado em 1998. Por meio de sua atuação, a sociedade passa a conhecer, envolver-se e exigir das empresas um posicionamento sobre questões sociais. O Ethos e o Ibase podem ser considerados líderes no movimento pela responsabilidade social no Brasil (VENTURA 2005).

Ao final da década de 90, a Responsabilidade Socioambiental, e principalmente os investimentos em programas sociais, passou a ser uma questão de debate público, passando mesmo a se tornar, gradativamente, **um valor para a sociedade**.

Nesse sentido, muitas empresas buscaram aumentar sua visibilidade na promoção de iniciativas sociais, seja com a criação de departamentos específicos voltados a essa atividade, seja pela criação de institutos ou fundações com esse objetivo específico. No aspecto ambiental, o que se observa é que, similarmente a outros países, diferentes setores sociais no Brasil, após o Relatório *Brundtland*, de 1987, passaram a serem mais críticos quanto ao uso dos recursos naturais. As mudanças na esfera legal tomaram maior impulso com a Constituição Federal de 1988, ao incluir capítulo sobre o meio ambiente e favorecer a criação de órgãos nessa área.

Ressalte-se que a Conferência Rio-92, onde foi construída a Agenda 21, abriu também mais um caminho para criação de um ambiente institucional favorável às iniciativas do setor público e privado **sustentável para promoção do desenvolvimento**.

Assim, os crescentes debates sobre os problemas ambientais associados ao ambiente institucional - a legislação ambiental, as agências reguladoras, as pressões da sociedade civil por meio das ONGs ambientalistas -, direcionaram as empresas à incorporação dessas questões às suas políticas de Responsabilidade Social. Mas, na atual década, as empresas passam a incorporar objetivos sociais e ambientais nos negócios, **trazendo a questão da sustentabilidade para dentro da estratégia da empresa**, principalmente porque o mercado sinalizou - e os empresários perceberam rapidamente - que **um negócio sustentável pode também agregar valor econômico à empresa**.

4 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NO SISTEMA FINANCEIRO

Secularmente, a atividade bancária é mal vista pela sociedade: usura e especulação, por exemplo, são palavras historicamente e pejorativamente associadas ao negócio bancário, conferindo-lhe um papel de vilão na sociedade (AGUIAR, 1960).

A preocupação do setor financeiro com questões sociais e ambientais surgiu com os chamados **investidores socialmente responsáveis**. A história mostra que, há centenas de anos, já existiam investidores escolhendo investimentos sob critérios sociais, com base nas milenares tradições religiosas judaicas, cristãs e islâmicas, os investidores religiosos evitavam negócios com companhias de indústria de álcool, fumo e jogos - consideradas ações do pecado. Mas, foi a partir dos anos 70 que eles passaram a ter algum impacto no mercado financeiro.

Os Investimentos Socialmente Responsáveis (ISRs) também tomaram impulso com movimentos contra o *apartheid* nos anos 1980 e início dos anos 1990. Os investidores sociais sustentaram esses movimentos, evitando investir em companhias que tivessem negócios sociais (TOSINI, 2007).

Somando-se às questões sociais, os grandes acidentes ambientais, associados à vasta quantidade de informações sobre aquecimento global, destruição da camada de ozônio e outros riscos para a vida do planeta, **colocaram a seriedade questões ambientais num primeiro plano para os chamados investidores sociais**. Diante da necessidade de atender a demanda desses investidores, as instituições financeiras passam a analisar os investimentos **tanto sob critérios sociais quanto ambientais**.

Por outro lado, com a crescente legislação ambiental, oriunda das pressões sociais, surge a preocupação dos bancos com as operações de crédito, **a fim de evitar a responsabilização legal por dano ambiental causado por resíduos tóxicos em bens recebidos com garantia de empréstimos**, por exemplo. No entanto, juntamente com a difusão do movimento pela responsabilização social no mundo, aos poucos, os bancos passam a agregar aspectos sociais e ambientais em seus negócios não apenas para mitigar riscos, mas como fator de competitividade e para aproveitar oportunidades. Dessa forma, a política de RSA passa a ocupar espaços estratégicos nos negócios dos bancos.

O movimento pela Responsabilidade Socioambiental no setor financeiro tem avançado em todos os países, até mesmo em mercados emergentes como o Brasil. De acordo com a pesquisa sobre a sustentabilidade no setor bancário em mercados emergentes, um dos motivos para esse crescimento é o aumento da complexibilidade do setor bancário nesses mercados,

deixando os bancos mais vulneráveis aos riscos financeiros e não financeiros, bem como o aumento da competitividade. O setor bancário brasileiro tem se destacado em relação aos demais mercados emergentes por incorporar avaliação socioambiental em seus negócios desde 2000 (IFC, 2007).

Conforme relatório do IFC, atualmente os bancos apresentam 8 (oito) razões-chaves para considerarem aspectos de sustentabilidade em seus negócios: aumenta a credibilidade e melhora a reputação (68% das respostas); para atender demanda de investidores (64%); reduz os riscos e melhora os retornos (52%); aumenta valor para os *stakeholders* (28%); potencial para desenvolvimento de negócios (20%); responsabilidade legal dos bancos/clientes (20%); experiência de baixa *performance* em empréstimos (16%); e, demanda de clientes (10%).

5 CONCLUSÃO

Longe de ser óbice para o crescimento, o desenvolvimento sustentável gera ganhos sociais e econômicos com o mínimo de dano ao meio ambiente.

Constatou-se que existe um “consenso mínimo” relativamente à empresa socialmente responsável. Assim, esta deve: reconhecer o impacto de suas atividades sobre a sociedade na qual está inserida; gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações, tanto ao nível local como global; e, realizar esses propósitos por meio do diálogo permanente com suas partes interessadas, às vezes em parcerias com outros grupos e organizações.

Averiguou-se que novas teorias de responsabilidade individual dão lugar a uma responsabilidade corporativa, passando de uma **perspectiva individualista** para uma **dimensão organizacional**.

Observou-se que, ante a falta de ações concretas por parte dos governos locais, bem como da carência de políticas internacionais para solução dos problemas, a sociedade vem criando redes de pressão sobre as corporações para que estas se posicionem no mercado de forma socioambiental mais amigável.

Verificou-se que, com o incremento da parceria entre Estado e Sociedade na década de 90, a fim de reduzir a desigualdade social, houve um crescimento do chamado Terceiro Setor no Brasil.

Detectou-se que crescentes debates sobre os problemas ambientais, as agências reguladoras, as pressões da sociedade civil por meio das ONGs ambientalistas direcionaram as empresas à incorporação das questões ambientais às suas políticas de responsabilidade social.

Entendeu-se que as políticas de responsabilidade socioambiental dos bancos podem ser indutoras do desenvolvimento sustentável.

Posto isto, infere-se que o objetivo do texto foi alcançado, na medida em que trouxe elementos para discussão e aprofundamento da responsabilidade socioambiental, ou da responsabilidade corporativa e sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Manoel Pinto de. **Bancos no Brasil colonial**: tentativas de organização bancária em Portugal e no Brasil até 1808. Salvador: Livraria Progresso, 1960.

ASHLEY, Patrícia (coord.) **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian Mário. *The political economy of corporate social and environmental responsibility in Brasil*. Rio de Janeiro: UNRISD/UFRJ. nov. 2002.

FRIEDMAN, M. *The social responsibility of business is to increase its profits*. *New York Times Magazine*, set. 1970.

JANTALIA Faviano. O papel dos bancos no desenvolvimento sustentável do país. **Jornal Valor Econômico**. São Paulo, 21 mar. 2007.

KREITLON, Maria Priscilla. Ética nas relações entre empresas e sociedade; fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. *IN: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO*, 28, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Anpad, 2004.

PAOLI, Maria Célia. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil. Cap. 8. *In: SANTOS, Boaventura dos (Org.) Democratizar e democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

TOSINI, Maria de Fátima Cavalcante. **Risco ambiental para as Instituições Financeiras**. São Paulo: Annablume, 2007.

TOSINI, Maria de Fátima Cavalcante; VENTURA, Elvira Cruvinel Ferreira; CUOCO, Luciana Graziela Araújo. Políticas de responsabilidade socioambiental nos bancos: indutoras do desenvolvimento sustentável? **Revista de Direito da ADVOCEF**, Londrina, v. 1, n. 7, p. 225-251.

VENTURA, Elvira C. F. **Dinâmica da institucionalização de práticas sociais**: estudo da responsabilidade social no campo das organizações bancárias. 2005. 351f. Tese (Doutorado em Administração). Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, 2005.