

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL:
VALORES, ATUAÇÃO E COMPROMISSO COMUNITARIO.**

Ana Carolina RIOS FRANCISCO

Maria Beatriz ALONSO DO NASCIMENTO

anna_carolinarf@hotmail.com

bia@femanet.com.br

Resumo:

Embora seja precária uma definição sobre Responsabilidade Social, nos dias de hoje pode ser vista a partir de um núcleo comum. As empresas assumem essa condição de agente de responsabilidade social quando se tornam provedoras de algum modo do bem-estar da sociedade, substituindo em diversos momentos o papel do Estado. Essa definição pode ser relacionada à forma de conduzir os negócios (gestão), ao modelo de interação social e a forma de prestar contas à sociedade. De forma mais abrangente esses podem ser identificados pela maneira de conduzir os negócios, de modo que ouça os interesses das diferentes partes que a constituem (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) incorporando no planejamento de suas atividades as demandas de todos. A literatura atual sobre esse processo identifica que as empresas estão começando a direcionar sua gestão com uma visão mais empreendedora e social, assumindo a responsabilidade social de forma mais ampla excedendo o âmbito da caridade ou dos investimentos sociais. De fato, a responsabilidade social dentro de um corpo de conhecimento pode ser compreendida entre a ideia de responsabilidade ou obrigação legal e se estende para o comportamento ético e também pode ser vista como responsável pela causa, ou melhor, ser o fator causal da mudança. Considerando o proposto por nosso estudo e o que conseguimos compreender até o presente pudemos notar que o processo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) caminha a passos lentos no Brasil, pois sequer chegamos a uma definição razoável sobre a sua estrutura de valores, atuação e compromisso. A maioria das empresas que exibem programas voltados para a RSE o definem a partir de uma cultura externa à realidade brasileira e concentram as suas ações em torno do desenvolvimento social e ambiental dada à visibilidade que os mesmos possuem junto à comunidade. Porém, é possível notar em sua prática nas empresas que mesmo as pequenas ações já resultam revelar os esforços em atuar frente às questões de cidadania, direitos e deveres, liderança e influência social. Um problema que a literatura aborda e que vai além do que observamos até o momento, é que a maioria das empresas que tentam criar um ambiente favorecedor para a ação da Responsabilidade Social na Empresa limita sua prática ao ambiente interno. Não sabemos ainda o motivador dessa limitação, mas acaba por impedir o desenvolvimento de um ambiente mais abrangente e comunitário para a relação da RSE. Portanto, ainda estamos na infância da responsabilidade social empresarial e visto até o momento revela a predominância dos aspectos pontuais face às ações mais abrangentes e duradouras em termos da RSE. Enfim, o que é significativo e já pode ser coletado na literatura pesquisada e vem servindo de referência a este estudo, é que as empresas embora exibam suas ações ou queiram demonstrar para o público externo que tem preocupação e responsabilidade social não transferem sua história, experiência e planejamento para fundamentar suas ações e torna-las mais efetivas e abrangentes.

PALAVRAS-CHAVES: 1.Responsabilidade Social Empresarial; 2.Empresa Solidária.

A preocupação desse estudo pautou-se em relacionar principalmente a visão, que inicialmente podemos denominar, moderna da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil, em função de exemplos ou modelos que várias empresas, como o Banco Itaú, têm feito para gerir parcerias com o Estado, comunidades, instituições entre outros no território brasileiro. Ao gerar programas de ação que ultrapassam a realidade local, para firmar projetos de âmbito nacional que atinjam outros contextos políticos e sociais, empresas como o Itaú desenvolvem o que se pode inicialmente denominar moderna responsabilidade social empresarial. A ação prática aliada a processos internos de gestão propõe compromissos e condutas que vinculam a ética e a transparência relacionada ao processo produtivo, eliminando definitivamente a compreensão filantrópica dessas ações, como era no passado. Não se trata apenas de estabelecer uma imagem positiva ou a possibilidade de desenvolver empatia social com fornecedores, clientes, parceiros, colaboradores entre outros, mas criar valores e benefícios sociais expressivos que promovam mudanças na organização social e cultural da sociedade brasileira.

Quando pautamos nosso projeto ou pergunta sobre a relação entre responsabilidade social empresarial com valores, atuação e compromisso social buscamos compreender não apenas os princípios norteadores dessa, mas quais são os efeitos minimamente notados na ação efetiva das empresas que se comprometem em desenvolver um estado ativo de atuação e responsabilidade social. Nesse sentido as empresas se transformaram em atores participativos que incluem a sua visão e ação produtiva junto ao comportamento ético e atitude prática. Quando notamos que programas como o da Fundação Itaú Social passaram a ser vinculados a políticas públicas do Estado percebemos que a responsabilidade social empresarial no Brasil iniciou uma nova fase, onde predomina o amadurecimento da ação em função da obrigação de apresentar respostas as necessidades imediatas para problemas sociais no país, como, por exemplo, os da educação escolar.

Programas como “Escrevendo o Futuro”, criado em 2002, onde alunos a partir do 4º ano do ensino fundamental desenvolvem textos e redações, e são incorporados como políticas públicas pelo MEC, se transformando em uma das 32 ações do PDE (Programa de Desenvolvimento da Educação) e outro exemplo, como o projeto de Educação Integral da Prefeitura de Belo Horizonte, em 2002, implementando ações de desenvolvimento educacional por quatro anos percebe-se a estruturação de um diálogo e

a noção de que a atitude prática interfira de forma positiva na vida de milhares de jovens daquela realidade. Novamente projetos como esses são incorporados pelo poder público, no caso, o municipal, e se tornou lei que constituiu como política pública a educação integral.

Um outro programa ligado a Fundação Itaú, que destacamos nesse relatório deu-se com o programa “Melhoria da Educação no Município” e que posteriormente foi adotado pelo MEC. Tratou-se de um programa que oferecia treinamento e formação de gestores municipais de educação durante dois anos para que fizessem um diagnóstico da situação socioeconômica das cidades inscritas. Esses gestores aprendiam a utilizar indicadores sociais, identificar espaços educativos subaproveitados (bibliotecas, parques, praças e museus) e analisar as fragilidades do sistema educacional, por exemplo. Como resultado, os gestores propunham um plano de ação educativa para o município baseado nas deficiências encontradas. O MEC, por sua vez, ao notar a amplitude e a concretude do projeto incorporou e o expandiu para outros municípios e regiões, firmando parceria com a Fundação Itaú Social pelo treinamento e desenvolvimento dos gestores em municípios de médio e grande porte (CERQUEIRA, Educar para Crescer, 2009, p. 1 e 2).

De modo claro nota-se que existe uma construção efetiva em matéria de Responsabilidade Social Empresarial, ainda que não seja um contingente empresarial mais amplo, a qualidade das ações e o nível de amadurecimento e de influência em relação as políticas públicas do Estado, indicam sem dúvida uma visão moderna e o crescimento de boas práticas empresariais que visam promover melhorias sociais de fato na e para a sociedade, afastando-se da simples atitude de buscar “prestígio social” ou de elaborar apenas a “construção positiva da imagem”, para evidenciar a atuação direta e positiva como fator de compromisso social.

O fato da Fundação Itaú Social definir-se pela Educação como fator de desenvolvimento sustentável de um país e elaborar para essa o fortalecimento baseado em programas que visam o progresso e o desenvolvimento de políticas públicas que potencializem metodologias e ações em conjunto com governos e outras instituições, solidifica a disposição de grandes empresas de desenvolverem investimentos sociais pelo território brasileiro.

Logo no início da Introdução do nosso estudo evidenciamos a necessidade de compreender o conceito e a prática sobre o que é a Responsabilidade Social Empresarial e a sua importância para as empresas hoje. As evidências encontradas nos modelos investigados nos indicaram como resposta primária que a atitude e ação social desenvolvidas de forma prática por empresas como o Banco Itaú através da sua Fundação se notabilizam por realizar concretamente suas propostas e ainda desenvolvem projetos bem construídos que influenciam e chegam a participar de fato e serem integralizados as políticas públicas dos estados e municípios. Lembramos neste relatório que a pauta visava não defesa desta ou de outra empresa ou organização, mas compreender, dinamicamente, como elas estão lidando passo a passo com a realidade cada vez mais imperiosa da Responsabilidade Social Empresarial como fator de desenvolvimento e de participação na organização sociedade. Assumimos também nesse estudo que não se pretende, ainda que de forma precária, responder profundamente e criticamente os prós e contras que envolvem os projetos e seu andamento. Nosso objetivo maior é narrar como se dá a construção e a compreensão em função de um recorte modelar, a Fundação Social Banco Itaú, e o entendimento que empresas como esta têm sobre os elementos constitutivos da Responsabilidade Social e qual é a positividade que a empresa e comunidade recolhem dessa relação de troca. Não é objetivo situar informação sobre os processos e intenções de cada lado nessa relação, ou seja, quem ganha em termos de capital econômico, mas o que se pode esperar em termos de benefício social e influência ambiental quando projetos tocados pela resiliência empresarial são efetivamente tomados por ações, objetivos e gestão similares aos processos produtivos.

Por outro lado, a já extensa bibliografia existente sobre o tema que levantamos parcialmente, em função do nosso inquérito apontar para a possibilidade da RSE ser vista também como um fator de competitividade entre as empresas ou mesmo de difusão positiva da sua marca ou produto perante seu público consumidor, fornecedores, colaboradores, entre outros, baseados em um modelo menos amadurecido da Responsabilidade Social (ASHLEY, 2002; CHEIBUB, 2002; GRAJEW, 2000), também notamos que existe uma crescente disposição em amadurecer e desenvolver uma política empresarial de responsabilidade social que considere a importância e influência que as mesmas podem e devem ter sobre seu papel de ampliar a qualidade de vida e de equilíbrio em relação a sociedade, ou seja, concretiza-se um conceito de moderno de

RSE e de fortalecimento da relação entre empresa e realidade social (DIAS, 2012; BARBIERI, CAJAZEIRA, 2012; ALBUQUERQUE, 2009).

As iniciativas relacionadas com a responsabilidade social empresarial são enormes hoje em dia, no entanto, sua condição prática e sua efetividade ainda são baixas. De acordo com Barbieri e Cajazeira (2012) não faltam iniciativas “locais, nacionais, regionais, empresariais nas formas de diretrizes, normas de gestão voluntárias e outros instrumentos administrativos e operacionais” que traduzem as perspectivas dessas ações (IDEM, p. 134). Enfim, existem diferentes ações e abrangências que segundo esses autores podem ser divididas em dois grandes blocos. Sendo o primeiro chamado de princípios diretivos que servem para formular políticas empresariais ligadas a responsabilidade social e que têm por objetivo contribuir para o desenvolvimento sustentável. O segundo, gira em torno de procedimentos e atitudes específicas, como aqueles ligados a educação, por exemplo, que tem implicação direta sobre a responsabilidade social propriamente dita e que procura aplicar suas diretrizes no dia a dia.

A visão hoje sobre a responsabilidade social empresarial ancora-se como meio para alcançar a sustentabilidade empresarial e, por outro, serve como orientação para a gestão e a obtenção de resultados em termos econômicos, sociais e ambientais. De modo geral sua ação liga-se cada vez mais em realizar e contribuir com as demandas sociais que Estado e Governos tem cada vez menos competência ou vontade de realizar em parte ou completamente. Isso significa dizer que as empresas, sob o significado da responsabilidade social, está lentamente ultrapassando a visão simplista do impacto social e ambiental na sua gestão, para gerir processos positivos de participação e de interferência na realidade. A consequente escolha por projetos educativos indicam, em função da preferência empresarial, conceber projetos que produzam resultados a médio e longo prazos e que sejam capacitadores e que produzam melhorias sistemáticas na qualidade de vida das comunidades por eles atingidas, ao mesmo tempo em que procuram suprir, com qualidade, demandas sociais que o Estado não consegue cumprir. Assim, as empresas também estão investindo no desenvolvimento do capital econômico ao proporcionar que pelos resultados alcançados estejam contribuindo para melhorar a competência econômica das comunidades por elas alcançadas.

Essa nova orientação da Responsabilidade Social Empresarial, sob a condição da prática social já pode ser vista, então, como uma espécie de repasse social que o Estado e

Governos estão empreendendo para as empresas ao firmar parcerias e processos de gestão empresarial que causem impactos na vida das pessoas. Essas práticas ou interferências superam de fato, como já o dissemos antes, a visão da Responsabilidade Social Empresarial baseada em filantropia e centralização na preocupação dos impactos que os processos produtivos poderiam trazer diretamente sobre as comunidades onde se instalavam. Como já o dissemos, essa nova visão e ação empresarial responde aos grandes temas e demandas sociais que atingem e influenciam outras realidades, transformando essa atitude em sistemas de gestão incorporados aos princípios administrativos empresariais como parte da sua cadeia produtiva.

O conceito de processo produtivo e impacto social e ambiental local cede lugar do prejuízo negativo que poderia causar, isto é, aquele que altera negativamente a vida da população local, causando interferências internas e externas no espaço social e ambiental onde realiza seu processo produtivo, seu poder econômico e político, para a empresa que colabora e interfere positivamente, com ética e transparência no desenvolvimento econômico, social e ambiental sustentável.

Em relação ainda precária, o que esse estudo pode notar é que em relação ao termo e a sua condição prática, a Responsabilidade Empresarial Social vem se transformando em uma ferramenta de gestão pautada por princípios que procura incorporar a melhor performance possível nos negócios e lucratividade aliados ao pluralismo proporcionado pela sustentabilidade social e os resultados a médio e longo prazos que a organização ou empresa receberá ao incorporar a transparência e os princípios éticos da sua ação junto a sociedade em parceria ou não com o Estado.

Esse pluralismo, como no diz Costa (2016), compactua então com essa nova visão e relação da empresa com a sociedade, baseada nos princípios de que elas “não devem satisfação somente mais seus acionistas, mas também aos seus empregados, à mídia, ao governo e aos consumidores” (p. 30). Essa amplitude da ação empresarial constitui agora a forma de diálogo mais presente junto a comunidade local, regional e nacional e serve para apresentar seus programas ou projetos de participação e legitimidade social, ao mesmo tempo que as insere também no cenário da nova vantagem competitiva, ou seja, a concepção de que a empresa ou organização deve ser grande também nos benefícios que pode trazer e influenciar junto à sociedade como um todo.

Como afirmava Ribeiro (1993) discutindo a tendência das empresas de se constituírem como protagonistas em relação a dimensão da responsabilidade social, isto é, o grau de responsabilidade social estava também associado ao desempenho das empresas e poderia gerar uma vantagem competitiva colocando sua marca e ou produtos no topo da escolha e da memória do consumidor. Isso posto, desta forma, não reflete de fato o que se passava no Brasil por aquela época, pois os princípios e a filosofia das empresas aqui presentes não estavam incorporados aos fundamentos da cultura organizacional. Esse autor indicava que no contexto brasileiro já havia uma perspectiva que lentamente ligava o empresariado à modernidade representada pela relação entre a organização e a responsabilidade social. Por esse ângulo a empresa ou organização começa a perceber que tinha um papel a ser exercido no seio da sociedade.

Por esse modo, pode-se compreender, segundo Ribeiro (1993), que os administradores concebiam os recursos administrativos como parte de um processo contínuo de respostas as mudanças que o ambiente cultural organizacional estava começando a ser exposto, e refletia de certo modo a realidade de vanguarda que já se fazia presente entre as empresas norte americanas. Por outro modo, isso significava dizer que já havia a crença no papel da responsabilidade social e ambiental incorporada às novas gerações de administradores brasileiros. Iniciava-se a crença de que existia um papel social a ser desempenhado por intermédio das empresas seguindo o modelo de Freeman, os stakeholders. Em síntese, pode-se afirmar que a empresa começava a ser pertencente a organização social na qual estava inserida e por essa concepção ela devia se filiar a um modelo de responsabilidade social objetiva que visava buscar o equilíbrio da sociedade entre a suas relações, gerando então um certo valor de retribuição, e, por outro, gerar os benefícios necessários aos parceiros e interessados no processos produtivo incorporando-os nessa cultura de responsabilidade social. Em resumo, Ribeiro (IDEM, 1993), ao analisar essa nova “filosofia gerencial, esses administradores estarão não somente modernizando suas empresas como também contribuindo para a modernidade do país” (IBIDEM, p. 48-50).

O que se verifica lentamente é a troca da temática filantropia empresarial pela dimensão da responsabilidade social, afinada a vertente da vantagem competitiva. De certo modo, o mercado impunha novamente a realidade e a estruturação da organização, mas considerando o viés de interferir positivamente na agenda social, cultural e ambiental do país.

Como afirmam Barbieri e Cajazeira (2012), no início dos anos 2000, os modelos de excelência de gestão estabelecem como necessário que as empresas e as organizações, além de atenderem as necessidades dos proprietários, clientes, investidores também atendam aos da sociedade. O modelo que caminha entre a gestão social e a sustentabilidade empresarial elaborado pela criação do chamado Premio Nacional de Qualidade (PNQ) pela Fundação Nacional de Qualidade (1992, Estados Unidos), que no início de 2003 incluiu como temática e critério para avaliar a excelência empresarial a “sociedade” (idem, 135) pode ser um bom exemplo dessa nova ordem.

Dentro desse modelo oito são os critérios de excelência empresarial do PNQ a serem dimensionados pela empresa consciente da sua responsabilidade social, sendo; liderança, estratégias e planos, clientes, sociedade, informações e conhecimento, pessoas, processos e resultados. Por esse ângulo, a responsabilidade social empresarial liga-se também a dimensão política, a expressão democracia começa a ser utilizada na sua ferramentaria, ou seja, a condição da sua prática começa a ser norteadada pela conduta ética e a transparência na condução da sua relação social.

Esses fatores devem ser concretizados no cotidiano das organizações, como expressa Elisabeth Rico (2004), “o ser ético nos negócios supõe que as decisões de interesse de determinada empresa respeitem os direitos, os valores e os interesses de todos os indivíduos (...) por ela afetados” (IDEM, 2004, p. 5). A transparência é também um fator ou um conceito fundamental que deve ser válido para os fundamentos práticos que dirigem a responsabilidade social empresarial juntamente com condução ética e a transparência nos negócios e ações.

Nesse sentido, a empresa transparente é aquela que atende as expectativas sociais, e que consegue equilibrar sua ação produtiva e atuação no meio ambiente em que atua mantendo coerência entre sua prática e seu discurso. A evolução natural desse princípio se dá com estabelecimento, em muitas empresas, com o chamado balanço social.

O Balanço Social, por exemplo, como documento publicado anualmente permite reunir um conjunto de informações sobre atividades econômicas, ambientais e sociais desenvolvidas pela empresa relacionando seus compromissos públicos, metas e ações no presente e para o futuro. É por meio desse documento que a empresa mostra o que faz por seus colaboradores, fornecedores, dependentes e pela comunidade sobre a qual exerce influência direta, além disso, é um mecanismo de divulgação sobre os

investimentos que realiza em projetos e ações de responsabilidade social (RICO, 2004, p. 6).

As empresas ao assumirem diferentes papéis de responsabilidade social também se posicionam como atores participativos que possuem uma visão e um comportamento ético e de transparência em relação aos seus atos e são coerentes com a realidade social na qual estão inseridas. Esse contexto permite a coletividade, a comunidade em geral desenvolver uma percepção significativa sobre o seu papel e atuação e também permite aos diferentes públicos reconhecerem essa participação e preocupação social. É claro que nessa perspectiva das empresas há o envolvimento do lucro, mas o sentido desse ocorre a longo prazo e obedece a leis e regulamentações que consideram significativamente que haverá crescimento e sentido econômico absoluto com devido cuidado social e ambiental por parte dessas empresas (COSTA, 2016, p. 34).

O sentido dessa relação entre lucro, responsabilidade social empresarial e público avança pelo significado que a empresa consegue empreender entre suas marcas ou produtos com projetos, ações, iniciativas e parcerias, seja com os governos, as instituições e ONGs entre outros. Esse também é um problema a ser pesquisado, pois nossa percepção identificou junto aos autores elencados nesse estudo que existe também certa banalização sobre as práticas de responsabilidade social. Por outro lado, isso também significa dizer que os gestores são bombardeados por processos e informações que podem apenas indicar que a preocupação principal consiste em mostrar que a empresa é socialmente responsável e sustentável, mas não está integrada de fato a dimensão social nos seus negócios (IDEM, 2016, p. 36).

Essa perspectiva levou em 2005 ao desenvolvimento da norma internacional de Responsabilidade Social Empresarial (ISO 26000), cuja publicação ocorrida, em 2010, buscava auxiliar as organizações, empresas e governos a contribuírem para o desenvolvimento sustentável compreendendo esse termo como uma evolução e uma relação entre ações positivas sobre o meio social e ambiental. Como objetivo a ISO 26000 tem como missão estabelecer diretrizes que auxiliem as empresas no desenvolvimento de políticas de sustentabilidade social e ambiental. Por último essa se destaca por introduzir perspectivas gerais de gerenciamento de integração dos temas e das práticas centrais da responsabilidade social e da sustentabilidade organizacional.

No caso brasileiro, a ABNT NBR 16001- Responsabilidade Social – Sistema da Gestão – Requisitos, 2004/2012, segue a ISO 26000 incorporando-a a uma norma de sistema de gestão passível de auditoria, baseada em requisitos verificáveis e que permite que a organização ou empresa busque a certificação por uma terceira parte (entidade), como é o caso do Inmetro que desenvolveu o Programa Brasileiro de Certificação em Responsabilidade Social em acordo com a NBR 16001.

De forma geral a ABNT NBR 16001 estabelece os requisitos mínimos relativos a um sistema de gestão de responsabilidade social, permitindo que a organização possa formular e implementar políticas e objetivos que levem em conta seus compromissos com a responsabilização social e a transparência nos negócios; o comportamento ético como fio condutor; o respeito pelos interesses das partes interessadas; o atendimento aos requisitos legais subscritos pela organização; o respeito às normas internacionais de comportamento; o respeito aos direitos humanos e a promoção do desenvolvimento sustentável (COSTA, 2016, p. 39).

Considerando-se então que a responsabilidade social empresarial tem se apresentado como uma opção para sociedade num momento de retração do papel do Estado como provedor das demandas sociais, no entanto, é significativo observar que o envolvimento da empresa em ações sociais não deve prescindir de atitudes voltadas para os seus próprios fundamentos, isto é, ter claro que essa está envolvida em processos e responsabilidades econômicas, legais, éticas e mesmo certa filantropia empresarial. Antes mesmo de se envolver com a comunidade em seus problemas é necessário que a empresa possua como característica interna uma disposição para colaborar com sua comunidade, região ou país.

Como bem expressam Barbieri e Cajazeira (2012) ao proporem, em relação a compreensão da filantropia empresarial, uma nova abordagem que combina o benefício social com o benefício econômico. Assim, esses estágios podem combinar-se fazendo com que as empresas “insiram de maneira mais harmônica e solidária em questões de interesse da sociedade com benefícios tangíveis para o negócio” (IDEM, 2012, p. 134).

O que se de forma mais moderna a substituir o termo filantropia social hoje carrega a menção de investimento social. Essa, por sua vez, demanda conforme a expressão uma preocupação com o retorno, na forma de consequências sociais benéficas planejadas. Quando se percebe que a expressão significa, tem-se investimento significa

envolvimento com o compromisso junto ao alcance dos resultados esperados, alinhados com as estratégias e atividades da organização. Em resumo, pode-se compreender esse estágio como um pressuposto do sistema gestacional da empresa onde existe implementação, conclusão e acompanhamento. É um aspecto absolutamente moderno e pedagógico, pois o investimento social compartilha com a ideia de compromisso com a resolução de problemas sociais e o envolvimento das competências e recursos da empresa ou organização para alcançar os resultados esperados. É nesse sentido que o termo responsabilidade social também pode ceder lugar a um mais amplo a ideia de desenvolvimento sustentável, nesse sentido, social (IDEM, p. 155).

O Programa “Jovens Urbanos” desenvolvidos pela Fundação Itaú Social demonstra de certo modo aspectos desse viés moderno a qual a responsabilidade social empresarial no Brasil começa a engatar sua ação. Criado em 2004, esse Programa buscava promover, na perspectiva da educação integral, a ampliação do repertório sociocultural de jovens que vivem em territórios urbanos vulneráveis. Temos aqui a percepção e necessidade de ação. O Programa desenvolveu, implementou e disseminou tecnologias de trabalho com a juventude por meio de formação ampliada, oportunidades e inserção produtiva, contribuindo também para esses jovens concluíssem o Ensino Médio e tivessem acesso ao Ensino Superior.

Ao reconhecer que o desenvolvimento dos jovens passava pela diversidade e complexidade de suas demandas e também seus potenciais, o Programa fazia os jovens atuarem em rede, envolvendo nessa o poder público, a iniciativa privada, organizações locais, população e entidades que possuíam conhecimento social e técnica, permitindo exercer a transversalidade e a articulação das políticas públicas nas ações para a juventude no território de atuação. Além disso, buscou a sustentabilidade social dessas ações ao investir na formação dos participantes em rede e oferecendo formação suficiente aos atores locais para dar continuidade as propostas. Temos aqui o envolvimento de recursos e competências.

As estratégias propostas pelo Programa na perspectiva da educação integral buscavam expandir o repertório sociocultural dos jovens. Tinha por objetivo promover impactos por meio de ações que lidam com demandas e anseios desses jovens, apoiando e estimulando as elaborações dos projetos de vida desses jovens. Ao trabalhar atividades eletivas e de acolhimento de suas produções artísticas e culturais; estimular a permanência, a continuidade ou retorno à educação básica; promover ações de

letramento, como forma de expressão e abrangendo mídias digitais; estimular a ampliação do acesso e uso de equipamentos e bens culturais da cidade e, ainda, ampliar o repertório de competências e habilidades para a vida pública, o exercício do controle social e o mundo do trabalho. Fundamentando então os resultados esperados.

Esse Programa alcançou na sua ação várias cidades, como Caçapava (SP), Pouso Alegre (MG), Praia Grande (SP), Rio de Janeiro (RJ), Santos (SP), São Paulo (SP) e Serra (ES). A essas dimensões regionais somam-se unidade de experiências e as especificidades que ajudaram a dinamizar o projeto, contribuindo decisivamente para fomentar o aprimoramento constante da proposta do Programa. Como resultado além do esperado e já identificando a influencia que esse redimensionamento social alcançou, o Programa realizou, por assessoria, ao Governo do Estado de Minas Gerais a construção de uma proposta de educação integral para o Ensino Médio. Em 2014, o Programa recebeu, por exemplo, menção honrosa no Prêmio Betinho e, foi selecionado pelo Ministério da Educação (MEC) para compor o seu Guia de tecnologias educacionais. Entre termos, esse Programa demonstra por ação e atitude toda a conformação que vimos tentando identificar em nosso estudo. Ao relatarmos essa experiência fica claro que existe concretamente sob ampla perspectiva ações empreendedoras de responsabilidade social empresarial no Brasil.

De fato, é possível afirmar já no final desse relatório que, embora estejamos nos referindo a algumas poucas experiências, elas apresentam nível de fundamentação e de ação coerentes com o que há de moderno no que se refere a Responsabilidade Social Empresarial, pois ela demonstra a percepção, a concepção, os resultados e a capacidade de interferência positiva sobre a sociedade como um todo.

Quando se observa, por exemplo, qual é o nível de comprometimento dos funcionários em termos de responsabilidade social, os fatores de obrigação e dever moral e social das empresas fomentando ações de Responsabilidade Social. Eles definem a RSE como espécie de relacionamento ético da empresa com todos os grupos de interesse que influenciam pela sua atuação (*stakeholders*), assim como o respeito ao meio ambiente e investimento em ações sociais. É evolução desse conceito para além do ambiente interno da empresa. Essa característica é muito importante para a concepção ampliada hoje em dia da Responsabilidade Social Empresarial, pois a partir dessa definição, dada pelos funcionários, é possível verificar que deve existir uma relação de interdependência

entre sociedade e empresa (GONÇALVES, BARBIN, GUEDES, SCHNABEL, TOLEDO, S/D).

Quando se observa os pressupostos da criação, ação e objetivos da Fundação Itaú, por exemplo, tem-se que essas representam uma estrutura desenvolvida para representar os investimentos sociais do Banco Itaú. A Fundação tem atuação em todo o território nacional, “tem como foco o apoio, elaboração e fortalecimento de programas que visam o progresso das políticas públicas de educação, a potencialização do engajamento de seus colaboradores” e da sociedade. A inserção da cultura do voluntariado nesses projetos sociais se soma a avaliação sistematizada desses. É próprio do desenvolvimento cultural, isto é, o estabelecimento dessa Fundação já está além da ideia inicial do Banco Itaú, pois ao atuar e desenvolver políticas públicas em conjunto com vários elementos da sociedade (governos, empresas, ONG’s etc.) ela se descolou da “marca” Itaú para ocupar um espaço que vai muito além da empresa que a gerou. Essa visão é percebida pelo estudo em questão situando-a como participante da vida social do país. É uma construtora de perspectivas e isso é uma consequência evolutiva do que chamamos responsabilidade social empresarial.

Enfim, esse estudo que pautou-se por tentar perceber como empresas se alinham a ação e a construção da responsabilidade social empresarial nos limites da sua própria percepção introduz um campo de análise que talvez não esperávamos, isto é, que existe mais do que um processo de nuances e motivos que levam essas empresas a preocuparem-se com o tema, que é um sentido evolutivo que permite a essas mesmas empresas ao criarem formas de ação e atitudes sociais conceberem, em alguns casos, como o do Banco Itaú, algo que vai além da essência inicial, da percepção, da participação, do interesse, da marca, da publicidade que é o sentido de colaborar concretamente para modificar realidades sociais. Esse descolamento tão profundo não se fez presente em nossa pergunta inicial, mas revelou-se de certo modo ao longo, ainda que a sua precariedade não pudesse indicar mais elementos e aprofundar o conhecimento necessário ao real significado do que é responsabilidade social empresarial no Brasil.

Mesmo que se considere que a Responsabilidade Social Empresarial seja um fator importante para o crescimento das empresas, e possa leva-las a obter algum tipo de vantagem mercadológica, os diferentes níveis de interferência positiva e a rede de influência concebida situa o desenvolvimento social como além dessa intenção inicial.

O que se percebeu então como fundamento a esse estudo foi que os resultados obtidos pelas ações da Fundação Itaú Social são demonstrativos claros do novo papel das empresas em relação a esse tema tão amplo e incerto, que é a responsabilidade social empresarial.

Os ganhos obtidos por empresas e sociedade são claros e devem ser vistos como fatores de medição e parâmetro para que se fomentam a participação e o desenvolvimento social sustentável. Termo que consideramos mais adequado à realidade, que pouco a pouco vai se tornando comum em diferentes níveis empresariais na relação entre empresa e sociedade.

O caso do Banco Itaú, por meio da sua Fundação, apresentado nesse estudo como fundamentação é representativo de que esses elementos, quando subordinados a objetivos claramente postos e definidos, podem realizar em sintonia com parcelas da sociedade. Tornar-se exemplo, servir de modelo, atuar positivamente na construção da sociedade, em conjunto com Governos e Instituições são significados de que essa postura e decisão empresarial é muito mais do que a simples atitude que possa favorecer a imagem da empresa participante. Ela representa de fato que é possível uma convergência responsável, ética e transparente entre o que se denomina sistema produtivo e capital com a valorização e a responsabilização pelo lugar em que se está. É sobretudo um estado de compromisso que, quando realizado em coerência as formas produtivas e de gestão, apresenta bons resultados.

Referencias.

ALBURQUERQUE, J. L. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social – conceitos, ferramentas e aplicações. São Paulo: Atlas, 2009.

ASHLEY, P. A. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável – da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2012.

CERQUEIRA, P. Programa da Fundação Itaú Social vira Política Pública. Educar para crescer. (S/D), 2009.

CHEIBUB, Z. B.; LOCKE, R. M. (2002). Valores ou interesses? Reflexões sobre a Responsabilidade Social das Empresas, in KIRSCHNER, GOMES e CAPELLIN (orgs.). Empresa, empresários e globalização. RJ: FAPERJ e Relume Dumará.

COSTA, S. F. A importância do estudo dos impactos sociais na instalação de empreendimentos de grande porte. Florianópolis, SC, 2016. Dissertação (Mestrado Profissional), Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia Ambiental.

DIAS, R. Responsabilidade Social – fundamentos e gestão. São Paulo: Atlas, 2012.

GONÇALVES, A. Q.; BARBIN, A. L.; GUEDES, L.; SCHNABEL, T. S.; TOLEDO, L. A. Responsabilidade Social: o caso Itaú, (S/D).

GRAJEW, O. O que é Responsabilidade Social que é responsabilidade social. Revista Mercado Global, Ano XXVII, N. 107. Junho 2000.

RIBEIRO, A. C. A Responsabilidade Social da Empresa: uma nova vantagem competitiva. São Paulo: Revista de Administração de Empresas, jan./fev., N. 33(1): 46-50.

RICO, E. M. A Responsabilidade Social Empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável. São Paulo: Perspectiva, vol. 18, N. 4, out./dez., 2004.