

RESPONSABILIDADE SOCIAL QUESTÕES PRELIMINARES

Patricia Cabreira de Carvalho, orientadora Monica Ferreira de Farias

UNIVERSIDADE SALGADO DE OLIVEIRA/ Ciências Jurídicas, Rua Lambari,10 – Trindade – São Gonçalo
– RJ – jl.monica@uol .com.br

Resumo: Esta pesquisa, em fase de desenvolvimento, propõe o estudo e a análise da questão da Responsabilidade Social, a partir da perspectiva de interação entre o Estado, o empresariado e a sociedade. A pesquisa tem como referência a experiência realizada por uma empresa no Estado do Rio de Janeiro que desenvolve um programa social com a comunidade e a participação de seus funcionários, oferecendo cursos de profissionalização para jovens carentes. Objetivamos compreender o processo de construção do conceito de Responsabilidade Social, mapeando as diversas esferas sociais onde este conceito está configurado: jurídica, política, econômica, ética, envolvendo os diferentes atores sociais que atuam na configuração deste campo.

Palavras-chave: Responsabilidade, Social, Empresariado, Estado, Sociedade.

Área do Conhecimento: VI Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

Com o objetivo de divulgar uma imagem voltada para a conscientização política e social, o empresariado nacional, vem desde meados da década de 1980 trabalhando com a perspectiva de tornar realidade o conceito de Responsabilidade Social. Este conceito relaciona-se a uma postura mais engajada da empresa, de tal forma que esta se torna parceira e co-responsável pelo desenvolvimento da sociedade.[1]

A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), objetivando incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários. [2]

Esta postura por parte do empresariado reflete-se numa prática de intervenção social que se abre em dois aspectos: por um lado, temos um investimento considerável na elaboração de um produto que se torna competitivo no mercado pelo seu selo de qualidade, e por outro lado, observa-se a criação de estratégias de ação comunitária que se implementam através de programas sociais que visam uma política de inclusão social de membros da comunidade e a participação efetiva dos funcionários na implementação dos mesmos.

Materiais e Métodos

A partir do contato com a literatura referente ao tema e com alguns programas sociais desenvolvidos no Município de São Gonçalo,

Estado do Rio de Janeiro, desenvolvemos um crescente interesse pelo campo em que se define o conceito de Responsabilidade Social no Brasil. Selecionamos o Programa Social desenvolvido por uma empresa de lojas de departamento, (Projeto Amanhã), situado no Município anteriormente citado.

O objetivo deste Programa é propiciar aos jovens o acesso ao mercado de trabalho e à profissionalização, com todos os direitos trabalhistas e previdenciários garantidos, inserindo-os em cursos profissionalizantes promovidos pelo SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) e SENAI (serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), além de outras atividades desenvolvidas no âmbito da empresa.

O trabalho de campo desenvolvido nesta pesquisa consta do levantamento bibliográfico referente ao tema, objetivando sua contextualização histórica, a sua relevância como questão social sob diferentes aspectos (jurídico, político, econômico, ético etc.), e os dados empíricos sobre o processo de intervenção social constituído pela iniciativa privada.

As fontes documentais referentes ao processo de regulamentação desta área, assim como, o material documental que registra a concepção de política de intervenção social desenvolvida pela empresa em questão, nos permitirá uma análise comparativa entre os diferentes atores sociais envolvidos nesta rede de significados em que se situa o objeto de estudo desta pesquisa.

A reconstituição das trajetórias sociais dos jovens aprendizes, público-alvo deste Projeto e sua inserção no cotidiano da empresa, aparecem como elementos fundamentais para a

compreensão do tema, na medida em que o constante embate entre as experiências do ensino e da aprendizagem e as necessidades do mercado de trabalho colocam questões muito importantes para o entendimento do processo de reelaboração destas experiências no interior da comunidade em que vivem estes jovens.

Para tanto, utilizaremos entrevistas abertas, com os jovens e seus familiares, que integram esta experiência, assim como, os responsáveis pela coordenação do Projeto, seus instrutores e parceiros, buscando uma vertente qualitativa da pesquisa, através de um estudo de caso, inicialmente definido neste universo.

Resultados

Os resultados preliminares da pesquisa apontam os seguintes dados:

A empresa de lojas de departamento, na qual realizamos nossa pesquisa, desenvolve diversos projetos na área de Responsabilidade Social. Para isso, conta com a ajuda de parceiros, e a orientação do Instituto Ethos [3] que se apresenta como um centro de referência no desenvolvimento de pesquisa e projetos nesta área.

A partir de 2003, esta empresa realiza o Projeto Amanhã, voltado para a profissionalização de jovens, na faixa etária de 14 a 16 anos, matriculados ou que tenham concluído o ensino fundamental, indicados pelos funcionários da empresa e/ou por instituições sociais (75% das vagas serão destinadas à adolescentes provenientes de instituições sociais, da comunidade e encaminhados pela Delegacia Regional do Trabalho e os 25% das vagas restantes se destinam aos familiares de funcionários da empresa). oferecendo cursos de informática, preparação para o comércio, assistência médica e acompanhamento familiar.

Constatamos, através de algumas entrevistas preliminares com os técnicos responsáveis pelo Projeto, que estes jovens são provenientes de áreas periféricas do Município, originários de famílias de classe média baixa, portanto correspondendo ao perfil desejado pela empresa.

Discussão

A lógica da organização social em que se define o conceito de Responsabilidade Social, fornece importantes indícios para a compreensão do “campo” [4], como lugar onde se travam as lutas concorrenciais que visam demarcar os espaços onde atuarão os atores sociais deste campo, marcando as diferentes posições ocupadas pelo Estado, pelo setor privado e pela sociedade, numa configuração que deve ser pensada de forma relacional e problematizadora,

considerando a complementaridade destes elementos.

“A Responsabilidade Social se mostra como um diferencial na cultura empresarial que se baseava exclusivamente no lucro. Os segmentos engajados na campanha de Responsabilidade Social são., nessa lógica, uma vanguarda que pretende redefinir o ethos empresarial e sua visibilidade na sociedade. A contribuição empresarial busca trazer resultados para o campo filantrópico em relação à maior eficiência das ações e, numa perspectiva mais ampla gerar uma consciência cívica em torno da idéia de responsabilidades sociais compartilhadas.” [5]

A filantropia trata basicamente da ação social externa da empresa, tendo como beneficiário principal a comunidade em suas diversas formas de organização (conselhos comunitários, organizações não governamentais, associações comunitárias etc.), enquanto a Responsabilidade Social foca a cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cujas demandas e necessidades a empresa deve buscar entender e incorporar em seus negócios, a Responsabilidade Social trata diretamente dos negócios da empresa e como ela os conduz.

A literatura referente ao tema demonstra claramente a evolução do processo de construção da categoria social Responsabilidade Social, através da passagem do modelo de intervenção social baseado na noção de filantropia para o modelo de ação social voltado para o engajamento dos atores sociais que atuam neste campo.

Neste sentido, observa-se a articulação desta atividade empresarial a um projeto político e econômico que objetiva a promoção social da empresa, assim como, sua inserção num cenário marcado pela otimização de recursos sociais e promoção de sua imagem perante a sociedade.

Conclusão

Estes resultados demonstram a importância da análise da questão da Responsabilidade Social como um elemento de interação entre o Estado, o Empresariado e a Sociedade, no que se refere à implementação de estratégias de intervenção social que promovam a inclusão social dos segmentos menos privilegiados da sociedade, assim como, na disseminação da consciência de cidadania nos diversos setores envolvidos nestes projetos.

Portanto, consideramos fundamental, a continuidade deste trabalho, para que possamos obter subsídios necessários à ampliação do campo em que se formulam as diversas correntes

do pensamento ligados à questão da Responsabilidade Social.

A construção desse modelo requer uma nova dinâmica na relação entre Estado, mercado e sociedade civil, em que empresas e ONGs assumem papéis cada vez mais relevantes, sem que o Estado abdique do seu papel de protagonista na promoção do desenvolvimento. O setor empresarial brasileiro tem condições privilegiadas de contribuir para esse processo: possui capacidade de mobilização, poder econômico e político, responsabilidade diante dos problemas sociais e ambientais e potencial para desenvolver ações passíveis de replicação por outros atores sociais.

Referências

[1] , [2] e [5] GARCIA, Joana. O Negócio do Social. Rio de Janeiro: Ed.Jorge Zahar. 2004.

[3] Instituto Ethos. www.ethos.gov.br

[4] BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. R.J.: Ed. Difel.1989.