

# A SUSPENSÃO TELEOLÓGICA DA ÉTICA? A QUESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL CONTEMPORÂNEA

Vlademir Lucio Ramos<sup>1</sup>

## RESUMO

Este artigo tem como objetivo geral analisar os fundamentos éticos das práticas empresariais e as contradições dos discursos da filantropia corporativa a partir da filosofia moral contemporânea. Em consonância com as mudanças que ocorrem no mundo contemporâneo e corporativo, as profissões e profissionais de todas as áreas de conhecimento ocupam lugares importantes na vida social uma vez que, com o desenvolvimento das suas atividades, oferecem bens e serviços requeridos pela própria sociedade. O comportamento ético é uma parte integrante da atuação destes profissionais, compondo também o sentido de vida e projetos particulares de cada sujeito. A ética, juntamente com a competência profissional e técnica, é um *modus operandi* importante na condução das atividades profissionais. Hoje vive-se uma especial sensibilidade e demanda social da ética com respeito aos profissionais e às corporações presentes no território nacional.

**Palavras-chave:** Responsabilidade social. Ética. Filantropia corporativa. Capitalismo.

## 1 INTRODUÇÃO

Ética e responsabilidade social empresarial (RSE) ou dos negócios, são temas em ascendente difusão e discussão no Brasil há pelo menos quarenta anos. O debate sobre a RSE remonta à década de 1960, nos Estados Unidos, e início da década de 1970, na Europa, onde a sociedade começou a cobrar maior responsabilidade social das empresas requerendo seus “relatórios ou balanços sociais<sup>2</sup>” (MELLO, 2012, p.87). No Brasil, a mudança de perspectiva da mentalidade empresarial dá seus primeiros passos na década de 1970, tendo como protagonista a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE)<sup>3</sup> cujo intuito era

---

<sup>1</sup> Professor doutor do programa de graduação em Administração, Pedagogia e Psicologia – Centro Universitário Paulistano (UNIPAULISTANA).

<sup>2</sup> Data-se que a empresa Singer foi o marco da história dos balanços sociais. Balanço que veio a público na França, em 1972.

<sup>3</sup> Os princípios que regem a prática desta associação de empresários cristãos estão pautados na chamada “Doutrina Social da Igreja Católica”.

promover o debate sobre o balanço social<sup>4</sup>. Nesta perspectiva, as empresas precisam justificar sua “razão de ser” para a sociedade. Devem provar que seu custo-benefício agrega valor à economia e à sociedade, respeitando os direitos dos seus *stakeholders* e construindo, ainda, um *modus operandi* sem agredir o meio ambiente. Tal instrumental utilizado pelas corporações indica, em tese, seu lado humano e social. No Brasil, o cenário se alterou bastante no final da década de 1990, quando da criação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, ilustrando bem tal desenvolvimento (LIMA et al, 2008, p. 70-74).

## 2 FILANTROPIA CORPORATIVA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Termos como filantropia corporativa, cidadania empresarial ou empresariedade<sup>5</sup>, são veiculados por empresas e mídia das mais variadas formas. A própria palavra filantropia<sup>6</sup>, substituída por outros nomes similares, significa “doação de recursos privados para bens públicos”. Segundo Schommer (1999), particularmente no Brasil, o termo *filantropia* foi impregnado de significados que o vinculam à ideia religiosa de caridade ou assistencialismo. Em outros termos, a filantropia corporativa é um tipo de altruísmo fundado no interesse próprio. Isto significa que atender aos interesses sociais é atender aos próprios interesses direcionados tanto aos seus acionistas (*stockholders*), quanto aos seus colaboradores mais próximos (*stakeholders*). A empresa que assume seu papel social atrai mais consumidores, por estar investindo na sociedade e no seu próprio futuro (ARRUDA, 2009). A responsabilidade social corporativa significa uma forma de gestão que busca a sustentabilidade dos negócios, a longo prazo, por meio de uma ética do mercado. A responsabilidade social corporativa transcende a postura legal da empresa, significa mudança de atitude numa perspectiva de agregação de valores para todos os envolvidos nela.

---

<sup>4</sup> Independentemente da obrigatoriedade ou não do balanço social empresarial, o Balanço Social Corporativo fortalece não só a imagem da empresa, mas os produtos e marcas ligados a ela.

<sup>5</sup> Os termos supracitados, que surgem do vocabulário empresarial, são controversos e de difícil precisão. Atualmente, alguns conceitos como *ética empresarial* ou *empresa-cidadã* são colocados em evidência indicando a valorização da qualidade, defesa do consumidor, respeito ao meio ambiente.

<sup>6</sup> A palavra filantropia - φίλος (amor) e άνθρωπος (homem). Em termos mais simples “amor à humanidade”. Alguns a definem como sinônimo de altruísmo (neologismo do sociólogo francês Auguste Comte, *altruisme*) cujo significado indica “amor ao outro próximo”. (FERRATER-MORA, 1994, p.103)

Há duas dimensões que se complementam em se tratando do conceito de responsabilidade social. De um lado, pode ser percebida como uma ferramenta de gestão, que amplia a imagem e a competitividade empresarial, tendo reconhecidos seu produto e sua marca por parte da sociedade. Por outro lado, significa uma forma de exercício de cidadania e da ética dos seus *stakeholders* primários, enquanto agentes de desenvolvimento das regiões em que atuam. Tal pressuposto indica que a contemporaneidade procura entrosar as esferas pública e privada. Dilui-se a ideia de que compete aos poderes públicos a assistência e serviços que tivessem como fim o bem-estar social, cabendo às empresas a finalidade única de fazer jus ao investimento dos acionistas, proporcionando-lhes lucros. Preservam-se ainda na mentalidade e na prática de muitos empresários, elementos dessa dicotomia que limita a responsabilidade social à criação de empregos e pagamento de impostos. Tal prática está desacreditada, mas não abolida (QUERUBIM, 1999). Segundo Lima (2008), a preocupação das empresas em assumirem a responsabilidade social está ligada ou por “mimetismo”, para não serem excluídas do grupo, ou para buscarem legitimidade perante a sociedade e o mercado. Como afirmam Duarte e Dias (1986), a responsabilidade social não é qualquer ação que ultrapasse o âmbito legal, mas mudança radical da concepção da empresa e seu papel na sociedade. Responsabilidade social pressupõe consciência e compromisso das empresas com mudanças sociais (PASSOS, 2004, p.166).

A partir do critério da responsabilidade social, Martinelli (1997) classifica as empresas em três grandes modelos ou estágios diferentes de desenvolvimento de uma *μετάνοια* empresarial: a) aquelas que visam apenas o lucro, o negócio em si (*stockholders*). Aqui, ajusta-se bem o modelo de Milton Friedman, isto é, a empresa é uma “pessoa artificial” cujo compromisso é preocupar-se com nada que não seja sua função principal: produzir resultados positivos para seus acionistas e pagar seus devidos impostos. Neste sentido, já estará contribuindo suficientemente para a sociedade; b) as que se colocam como “organização social”, isto é, preocupam-se com seu grupo de interesse, os *stakeholders*: clientes, fornecedores, governo e sociedade; c) a chamada empresa-cidadã, que contribui de maneira transformadora com o social, cultivando e praticando um conjunto de valores explicitados num código de ética que servirá de modelo para seus dirigentes e demais parceiros. Exceto Friedman, que se pauta por uma visão unilateral da RSE, os demais autores

citados comungam da noção de que ela implica justiça, direitos humanos, dignidade com o planeta. Portanto, pensar em responsabilidade social é pensar em ética.

A indiscutível importância que representa o tema da RSE na contemporaneidade, na visão de autores que procuram sistematizá-lo e fundamentá-lo, está latente em boa parte das empresas brasileiras. Estas, por sua vez, necessitam deixar bem claro qual seu entendimento sobre responsabilidade social e em que dinâmica ela se aplica. Isto reforça a integração coerente entre teoria (os discursos produzidos referentes à RSE) e a prática, ou seja, o que está presente no discurso e o que se efetiva no campo prático. Por exemplo, se determinada empresa perpetra crimes contra o meio ambiente ou promove a exploração exacerbada de mão de obra, pode sofrer uma reação de inúmeros grupos de pressão, além da já instituída “pressão legal”. Na categorização feita por Martinelli (1997), por exemplo, ela pode passar de condição de “perversa” à condição de empresa cidadã, dependendo dos critérios de avaliação dos organismos que a analisarem. As empresas que se circunscrevem no âmbito da responsabilidade social atuam sobre valores possuidores de um substrato material: água, ar, madeiras, minérios etc. Mas, na medida em que interferem sobre aquele substrato, constroem comportamentos, interações, decisões, as quais estão dentro do chamado campo simbólico, da cultura. Aqui podemos utilizar termos que compõem este campo simbólico: justiça, honestidade, integridade, responsabilidade. Portanto, entramos na discussão da *moral*, daquilo que é lícito ou ilícito realizar, da regulação de comportamentos, sejam eles de pessoas físicas e/ou jurídicas. Em termos empresariais, o que é lícito ou ilícito realizar? A responsabilidade social não seria um conceito que afetaria ou contradiria as metas de eficiência e rentabilidade dos negócios? Segundo Friedman, *business is business*.

Ainda sob a lógica friedmaniana, a felicidade empresarial não foge à uma orientação metafísica, desloca o fim último de toda sua práxis em direção a um plano transcendental, o *Mercado*. Contrariamente à ética tomista, que vê na propriedade um direito natural que deve ser exercido com vistas ao *bonum commune*, Friedman desloca a obtenção da felicidade dentro do *campus* da livre iniciativa, isto é, no *Mercado*. Similar reflexão é apresentada por Adam Smith. Em seu clássico *A Riqueza das Nações* (2008), ele desenvolve três ideias que estão subjacentes em seu texto. A ideia de que o Mercado é um ente soberano possuidor de uma “mão invisível” regulando os interesses dos indivíduos. Na contemporaneidade, o *Mercado*

é tratado como uma entidade mítica que reage, esclarece e exige, como um antigo deus pagão, *sacrifícios necessários* (ZIZEK, 2012).

A segunda ideia é de que, na medida em que um indivíduo busca seu próprio interesse, dada a motivação suficiente para ganho pessoal, cada um trabalhará intensamente (sacrifícios necessários), resultando uma melhoria social. Isto é, a sociedade como um todo se beneficiaria com mais empregos, mais concorrência e, conseqüentemente, a melhoria da qualidade dos serviços oferecidos. A terceira noção significa apenas que o Estado (governo) deve ficar fora da lógica do Mercado, limitando o seu papel de agente beneficiador do bem estar social. Talvez esteja aqui uma das estratégias vivenciadas pelas corporações e seus acionistas: a utilização da RSE como um mecanismo de defesa corporativa para melhor explorar a natureza e a mão de obra.

### **3 O AVESSE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

O “capitalismo criativo” e “sem fricções” proposto por Bill Gates – chamado por Zizek de comunista liberal –, integra o mercado e a responsabilidade social, que podem beneficiar-se mutuamente ao se unirem. Ao mesmo tempo em que as empresas lucram, paralelamente ganham reconhecimento, na medida em que praticam ações que aliviam as desigualdades do mundo (Zizek, 2014). Ainda, segundo Zizek, os *comunistas liberais* recuperam o espírito de contestação sem abandonar, obviamente, a intenção de lucro: não há para eles “uma classe trabalhadora única e explorada”, mas “problemas concretos que devem ser resolvidos: fome na África, a violência dos fundamentalismos religiosos” (ZIZEK, 2014, p. 28-29). Seu objetivo não é “ganhar dinheiro”, mas “mudar o mundo”, ainda que tal prática produza mais dinheiro. O sucesso empresarial advém da prática filantrópica e humanitária. A ética do *comunista liberal* é a busca implacável do lucro contrabalançada pela caridade. Esta é a *persona* humanitária que dissimula o rosto da exploração econômica. Nas palavras de Zizek (2014, p. 42): “[...] Os mesmos filantropos que dão milhões de dólares para combater a AIDS ou promover a educação arruinaram a vida de milhares de pessoas através da especulação financeira e criaram assim as condições para a emergência da intolerância que pretendem combater”. Chega-se a um ponto de contradição em que o lícito e o ilícito tornam-se parceiros ou, em outras palavras, emerge a contradição daqueles que,

sendo ricos e corresponsáveis por gerar as condições de pobreza em nível mundial, ao mesmo tempo pretendem exercer a filantropia destinando uma boa parte do seu dinheiro a obras humanitárias. Os defensores desta linha da RSE têm uma abordagem teleológica sobre ela, como um meio de reforçar a autoimagem empresarial transformando a empresa num agente ativo da promoção e proteção de práticas sociais. Como podemos, então, discorrer sobre a ética empresarial e seu caráter de ação social responsável tendo este paradoxo como pano de fundo? Como realizar a leitura da RSE dentro das propostas ou escolas éticas construídas na contemporaneidade? A prática da RSE se desenrola além do bem ou do mal, do lícito ou do ilícito? Como compreender a ética utilitarista que trabalha com a seguinte assertiva: “fazer o bem para o maior número de pessoas”, visto que o mal também se torna relevante para as práticas da RSE? Há uma suspensão teleológica da ética mediante tais práticas empresariais? Não se efetivaria aqui o sonho do industrial utópico Roberto Owen, *comunista liberal* inglês do final do século XIX, que se preocupou com as péssimas situações de moradia e higiene dos operários, instalando um ideal comunitário de humanização em suas fábricas?

O advento da discussão da RSE e sua posterior evolução dão um novo significado às empresas em suas mais diversas naturezas, reconhecendo que na atualidade coexiste no debate o desenvolvimento de uma base epistemológica e metodológica da ideia de responsabilidade social empresarial. As concepções éticas que dão sustentabilidade à discussão sobre responsabilidade social empresarial evoluíram substancialmente. Podemos distinguir algumas teorias fundamentais consolidadas historicamente: a corrente utilitarista e a deontológica. Enquanto o utilitarismo avalia as regras em termos de suas consequências, as teorias deontológicas concentram-se no comportamento ou nas ações dos sujeitos.

O próprio John Rawls (2008) afirma que o utilitarismo é uma teoria teleológica, enquanto a justiça não o é. Esta última se enquadra em uma concepção deontológica. Para Rawls, no utilitarismo o bem estar social depende direta e unicamente dos níveis de satisfação e insatisfação dos sujeitos. Em contrapartida, um dos princípios de justiça de Rawls afirma que não se deve comprometer a perda de liberdades básicas em troca de melhorias econômicas ou maximização dos lucros. Soma-se a este princípio, um outro, que afirma que não é permitido o sacrifício dos sujeitos mais vulneráveis, em termos econômicos, para aumentar a riqueza de uma pequena parcela da sociedade. Segundo Rawls (2008), a justiça

somente se efetiva quando há uma repartição equitativa de renda e riquezas e uma igualdade de oportunidades. Neste esquema, o direito e a liberdade dos sujeitos, mormente aqueles mais desfavorecidos, não devem ser eliminados para a obtenção de vantagem econômica. Há nos pressupostos da discussão sobre a RSE a ideia do princípio da justiça, assim como a propôs Rawls?

Outros dois autores contemporâneos que dialogam com o nosso tema, a RSE, são Slavoj Žižek e Gilles Lipovetsky. O primeiro concentra suas reflexões sobre questões do capitalismo mundial e suas características atuais. Segundo Žižek (2014) vivemos numa época em que seu espírito é o do “capitalismo cultural”<sup>7</sup>. A nova configuração deste capitalismo é organizada em rede, sem a velha cadeia de comando centralizado e hierárquico, e a atenção geral dos trabalhadores se volta à satisfação do cliente. Não há mais o discurso clássico da *luta de classes*, mas o trabalhador é transformado em colaborador da empresa. Os problemas sociais são tratados com base em novas formas de caridade. Desta forma, as empresas criaram a sua contrapartida social através das fundações, classificando-se como empresas socialmente responsáveis. Outro autor que permitirá o diálogo com a temática da RSE é Gilles Lipovetsky. Em o *Crepúsculo do Dever*, o autor defende a tese de que a ética dos negócios trabalha com a premissa aristotélica da *justa-medida*, isto é, o difícil equilíbrio entre os interesses contraditórios dos agentes econômicos (setor privado, por exemplo) e sociais.

#### 4 CONCLUSÃO

As empresas buscam através de suas práticas sociais um individualismo moderado e prudente. Isto é, não basta apenas corresponder aos interesses dos grupos de pressão ajustando práticas às demandas sociais exteriores. As empresas passam por um processo de autorreformular seus princípios em respeito às normas morais. No entanto, Lipovetsky chama a atenção para um detalhe. Por um lado, a *business ethics* reacende a necessidade de dialogar com os valores morais. Por

---

<sup>7</sup> Žižek exemplifica o “capitalismo cultural” através da campanha publicitária da *Starbucks*. Nela o café é mais caro, porque o que se compra ali é a “ética do café”. Está embutida no valor a “preocupação com o meio ambiente, responsabilidade social para com os produtores e um lugar onde podemos participar da vida comunitária”. E continua “[...] se a sua necessidade ética ainda não estiver satisfeita e você continuar preocupado com a miséria do Terceiro Mundo, você pode comprar outros produtos”, eis a propaganda. (ŽIŽEK, 2009, p.54)

outro, desvia seu sentido tradicional, a ética se converte numa auxiliar eficaz dos interesses econômicos (LIPOVETSKY, 1994, p. 252-54). Dada a instrumentalização da virtude e sua integração à razão instrumental, a ética aparece, neste contexto de sociedade pós-moralista, destituída de sua substância de reflexão, transformando-se em um bom negócio. Ética passa a identificar e ser sinônimo de práticas morais determinadas. Consultores de empresas passam a agregar em seus discursos a ideia de que a chave do êxito se chama coragem, lealdade, perseverança, preocupação com o bem estar do outro. Seguindo o percurso de “reta moral” a longo prazo, os lucros serão maximizados e a *business ethics* aparece como um efeito da moda. Neste sentido, a substância do discurso ético se esvazia dando lugar a uma ação pragmática e que atenda aos interesses corporativos.

## REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria C. C. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2009.

DUARTE, G.D. e DIAS, J. M. A.M. **Responsabilidade Social: A Empresa Hoje**. São Paulo: Livros Técnicos e Científicos editora, 1986.

FERRATER-MORA, José. **Dicionário de Filosofia**. Tomo I. São Paulo: Loyola, 2000.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: LTC, 2014.

FERRELL, L.; FRAEDRICH, J.; FERRELL, O.C. **Ética empresarial: dilemmas, tomada de decisões e casos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

QUERUBIN, María Eugenia. El sector privado, La sociedad civil y El Estado. In: TORO, Olga Lucía e REY, Germán. **Empresa privada y responsabilidad social**. Bogotá: Utópica ediciones, 1996.

LIMA, et al. Responsabilidade social empresarial no contexto brasileiro: uma agenda em contínua expansão e difusão. In: ASHLEY, Patrícia A. **Ética e responsabilidade social**. São Paulo: Saraiva, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos**. Barcelona: Anagrama, 1994.

MARTINELLI, Antônio Carlos. *Empresa-Cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora*. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (org.). **Terceiro Setor. Desenvolvimento Social Sustentado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

MELLO, Leila M. **Ética nos Negócios**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

PASSOS, Elizete. **Ética nas Organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

SCHOMMER, Paula Chies & FISCHER, Tânia. Cidadania empresarial no Brasil: três organizações baianas entre o mercado e o terceiro setor. In: Encontro Nacional de Associações Nacionais de Programas de Pós-Graduação em Administração. Anais. ENAMPAD, 1999.

SMITH, Adam. **A riqueza das Nações**. São Paulo: Hemus, 2008.

SROUR, Robert H. **Ética empresarial**. Campinas: Campus, 2000.

RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ZIZEK, Slavoj. **Primeiro como tragédia, depois como farsa**. São Paulo: Boitempo, 2011.

\_\_\_\_\_. **O ano em que sonhamos perigosamente**. São Paulo: Boitempo, 2012

\_\_\_\_\_. **Violência**. São Paulo: Boitempo, 2014.