

A dimensão ética da responsabilidade social nas organizações

Maria de Fátima Araújo Frazão

Mestre em Administração Estratégia pela UNIFACS, Professora da Faculdade Batista Brasileira. Professora da Faculdade da Cidade do Salvador e da UNIRB. E-mail: fatimafraza@ig.com.br

Silvana Salomão Costa.

Administradora de Empresas

Fernanda Nassif de Oliveira Neves

Administradora de Empresas

Resumo

A sociedade contemporânea tem exigido das organizações um comportamento ético não somente nos aspectos do cumprimento de suas obrigações legais, do respeito aos consumidores e aos concorrentes, ao não uso de suas influências para benefício próprio, entre outros. Ao gerir seus negócios pautados em padrões éticos que agreguem valor para a sociedade e que contribuam para o desenvolvimento e o bem-estar social, ela assume um papel mais amplo, transcende sua vocação que é gerar lucros e indica ser socialmente responsável. Este artigo analisa a dimensão ética da Responsabilidade Social nas organizações, por meio de uma pesquisa bibliográfica em literatura e da observação indireta sobre o tema, apresentando os aspectos conceituais da Responsabilidade Social e da Ética, buscando o entendimento e as diferenças das diversas abordagens que indicam um novo modelo de organização contemporânea socialmente responsável, pressupondo a participação dessa no desenvolvimento social, econômico e do meio ambiente, no relacionamento com os *stakeholders*, - clientes, acionistas, fornecedores, prestadores de serviços, funcionários, no desenvolvimento de atividades para preservar os recursos naturais disponíveis e utilizados, na melhoria da qualidade de vida da sociedade, no apoio às entidades comunitárias e em todo o ambiente em que está inserida. Destaca-se o fato de que, a Responsabilidade Social pode ser entendida como uma forma de gestão que contribuirá para transformar a realidade social e imprimir mais ética e transparência nos negócios.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Ética. Organização. Gestão. *Stakeholders*.

The ethical dimension of social responsibility in organizations

Abstract

Contemporary society demands that organizations behave ethically in fulfilling their legal obligations, in respecting consumers and competitors, in not using their influence for their own benefit, and in other ways too. By conducting its affairs on the basis of ethical standards which add value to society and contribute to social development and well-being, an organization transcends its profit-making function and shows itself to be socially responsible.

This article analyzes the ethical dimension of social responsibility in organizations by means of research in the relevant literature and indirect observation on the subject. It presents the conceptual aspects of social responsibility and ethics and seeks to understand the diverse approaches which point to a new and contemporary model of socially responsible organization. In so doing, it presupposes the role organizations play in social and economic development, environmental issues, and relations with their stakeholders---customers, stockholders, suppliers, service providers, employees---as all of this relates to taking action to preserve natural resources and improve the quality of life in society in cooperation with community organizations and others. This article emphasizes that social responsibility can be understood as a form of management which will help transform the social reality and bring more ethics and transparency into business life.

Key words: *Social responsibility. Ethic. Organization. Management. Stakeholders.*

INTRODUÇÃO

Abordar o tema Responsabilidade Social nas organizações remete à definição de Ética, pois ambas estão intrinsecamente ligadas. A Ética ilumina o ser humano, norteia a conduta individual e social e pode-se dizer que é a base da Responsabilidade Social, expressa através dos princípios e valores adotados pela organização, na condução dos seus negócios.

A Ética e a Responsabilidade Social têm despertado o interesse das organizações passando a ser uma variável importante na relação destas com os seus diversos públicos, funcionários, fornecedores, clientes, sociedade, governo, dentre outros, que participam direta ou indiretamente do ambiente de negócios e de suas atividades.

Ao longo dos tempos, vem-se percebendo uma mudança significativa nas práticas empresariais, pois, proprietários e dirigentes têm ampliado a visão a respeito da atuação, tanto com a sociedade quanto com seus empregados. Os cuidados com a comunidade local e o ambiente onde estão inseridas, deixam de ser apenas manifestações de consciência social e passa pelo envolvimento nas questões sociais.

Por outro lado, tem-se cada vez mais uma sociedade consciente, articulada e engajada na fiscalização de práticas empresariais pautadas pela Ética. As organizações que administram suas relações, sem ética com os públicos internos e externos e sem os devidos cuidados com as necessidades da sociedade e do ambiente, podem cometer erros, significando riscos de sobrevivência no mercado e pouca atenção aos problemas sociais.

A Responsabilidade Social está diretamente relacionada à consciência social e a ética, ao respeito com as partes integrantes da sociedade, com seu desenvolvimento e conseqüentemente a capacidade de sobrevivência das futuras gerações. A Ética é uma ciência

prática, com caráter filosófico, que norteia os atos do homem na sociedade e diz respeito à conduta moral nas relações pessoais, comerciais, ou qualquer outra.

No mundo empresarial, surgem questionamentos, decorrentes da adoção e das práticas dos conceitos de Responsabilidade Social e Ética, levando à indagação: como as organizações podem contribuir para a solução dos problemas da sociedade, gerar lucros e desenvolver produtos ecologicamente corretos conduzindo seus negócios com Ética?

Este artigo explora os questionamentos sobre o tema e pressupõe que a Empresa não é somente agente econômico, produtor de riqueza e gerador de lucros, mas também um agente social, com participação e influência sobre a comunidade, empregados e não empregados, e com atuação sobre o meio ambiente, tendo como objetivo não só o retorno aos acionistas, mas também a geração de bem-estar social, desenvolvimento da comunidade onde atua, colabora na preservação do meio ambiente e cria condições de trabalho favoráveis.

ÉTICA

Por vezes, o conceito de Ética é confundido com o conceito de moral. É necessária, portanto, uma abordagem na diferenciação de ambos, uma vez que possuem significados idênticos e origens distintas, conforme relata Passos (2004) em seus estudos sobre Ética nas organizações:

Moral vem do latim *mores*, que quer dizer costume, conduta, modo de agir; enquanto ética vem do grego *ethos*, e do mesmo modo, quer dizer costume, modo de agir. Essa identidade existente entre elas marca a tendência de serem tratadas como a mesma coisa. Contudo, alguns autores, entre eles Sanches Vasquez admitem que, apesar do estreito vínculo que as une, elas são diferentes. Constituem-se em realidades afins, porém diversas. (PASSOS, 2004, p. 22).

Dando continuidade ao pensamento de Passos (2004) quanto aos conceitos de Ética e moral:

[...] a *moral*, enquanto norma de conduta, refere-se às situações particulares e quotidianas não chegando à superação desse nível. A ética, destituída do papel *normatizador*, ao menos no que diz respeito aos atos isolados, torna-se *examinadora da moral*. Exame que consiste em reflexão, em investigação, em teorização. Poder-se-ia dizer que a *moral normatiza* e direciona a prática das pessoas, e a *ética teoriza sobre as condutas*, estudando as concepções que dão suporte à moral. São, pois dois caminhos diferentes que resultam em *status* também diferentes; o primeiro, de *objeto*, e o segundo, de *ciência*. Donde deduzimos que a Ética é a ciência da moral. (PASSOS, 2004, p. 22).

Na visão de Srour (2000), Ética e Moral são:

[...] o que vem a ser a moral? Um conjunto de valores e de regras de comportamento, um código de conduta que coletividades adotam, quer sejam uma nação, uma categoria social, uma comunidade religiosa ou uma organização. Enquanto Ética diz respeito à disciplina teórica, ao estudo sistemático, a moral corresponde às representações imaginárias que dizem aos agentes sociais o que se espera deles, quais comportamentos são bem-vindos e quais não. Em resumo, as pautas de ação ensinam o ‘bem fazer’ ou o ‘fazer virtuoso’, a melhor maneira de agir coletivamente; qualificam o bem e o mal, o permitido e o proibido, o certo e o errado, a virtude e o vício. (SROUR, 2000, p. 29)

Com a finalidade de enriquecer os conceitos de Ética e Moral, apresenta-se a seguir a citação do teólogo e escritor Boff (2003):

A Ética é a parte da filosofia. Considera concepções de fundo acerca da vida, do universo, do ser humano e de seu destino, estatui princípios e valores que orientam pessoas e sociedades. Uma pessoa é ética quando se orienta por princípios e convicções. Dizemos, então, que tem caráter e boa índole.

A moral é parte da vida concreta. Trata da prática real das pessoas que se expressam por costumes, hábitos e valores culturalmente estabelecidos. Uma pessoa é moral quando age em conformidade com os costumes e valores consagrados. Estes podem, eventualmente, ser questionados pela ética. Uma pessoa pode ser moral (segue os costumes até por conveniência) mas não necessariamente ética (obedece a convicções e princípios). (BOFF, 2003, p. 37).

A Ética tem sua origem na Grécia antiga com os Sócrates (470-399 a.C.), Platão (427-347 a.C.) e Aristóteles (384-322 a.C.). Na visão de Passos (2004, p. 31), foi um período em que os filósofos se voltaram para as questões sociais e morais:

No período considerado Clássico da Idade Antiga, no qual viveram os filósofos Sócrates, Platão e Aristóteles, a ética adquire grande valor. Após o momento pré-socrático, em que o interesse investigativo concentrou-se no mundo físico, na tentativa de compreenderem sua essência, os filósofos se voltaram para o ser e para os problemas *sociais e morais*. As condições da Grécia, especialmente de Atenas, baseada na democracia escravista e na democratização da vida política, entre outras, favoreceram o surgimento da filosofia moral. (PASSOS, 2004, p. 31).

A concepção sobre a Filosofia e Ética de Sócrates é conhecida por meio de seus discípulos, principalmente Platão, em seu primeiro escrito *Apologia de Sócrates*. Sócrates fez da Filosofia sua profissão, andava pelas ruas questionando as pessoas sobre a vida, a Ética, a virtude, entre outras abordagens. Considerado o homem mais sábio da Grécia, foi condenado injustamente à morte, pelo senado ateniense (PASSOS, 2004).

Platão foi discípulo de Sócrates e, também, mestre de Aristóteles. Escrevia em forma de diálogos que estão destacados em três fases: diálogos da juventude, diálogos da maturidade e diálogos da velhice. Ele se refere ao mundo ideal, no qual comportar-se eticamente é agir de

acordo com o *logos*, ou melhor, com retidão de consciência. Baseava-se na idéia de que este mundo não é o verdadeiro mundo, por isso as coisas não são como deveriam ser (ARRUDA, WHITAKER, RAMOS, 2001).

Para Aristóteles, a Ética é a ciência de praticar o bem. O bem de cada coisa está definido em sua natureza: esse bem é um objetivo a atingir. No realismo aristotélico, toda ação livre tem como finalidade um bem. O bem é o objeto de nossas aspirações. A felicidade seria o bem supremo do homem. Esta consiste na atividade da alma de acordo com a virtude.

A Idade Média foi caracterizada pelo Renascimento, período vivido por Santo Agostinho e Santo Tomás de Aquino, de forma preconceituosa, num momento de obscurantismo, conforme relata Passos (2004):

A situação política e social era mais complexa, de modo que não se podia pretender a mesma harmonia da polis grega. Também por questões ideológicas, houve o predomínio da teoria sobre a prática. O Cristianismo tornou-se a religião oficial e influenciou tudo, inclusive a prática moral. Nesse novo contexto, o conteúdo moral modificou-se, entrando em cena a *autonegação* e *humildade* e a disposição para *obedecer*, uma vez que os seres humanos eram considerados como imagem e a semelhança de Deus. O que os unificava era a autoridade de Deus, identificada como a origem e o fundamento da lei moral. [...]. A ética cristã estabelece a relação entre Deus e o homem, baseando-se em verdades reveladas. Nela, Deus é colocado como *origem e fim de tudo*, inclusive das ações humanas. Assim, resta ao ser humano seguir as leis divinas, submeter-se a Ele. (PASSOS, 2004, p. 37).

Entre os séculos XVI e XIX, é estabelecida a Idade Moderna, com características totalmente diferentes da época anterior, principalmente no que diz respeito à política, economia, aspectos sociais e espirituais. A razão e a fé se separam, os indivíduos passam a ter valores por si mesmos e não por serem a imagem e semelhança de Deus. Destacam-se nesse período, as idéias de Kant, conforme aborda Arruda, Whitaker e Ramos (2001):

Enquanto Sócrates, Platão e Aristóteles tinham propostas éticas fundamentadas na idéia do bem, para Kant o fundamento da ética era o dever. Outrossim, enquanto os gregos clássicos observavam a realidade para buscar a causas das coisas, Kant dispensava o processo de observação da realidade. Na ética kantiana, a ciência consiste no dever pelo dever, o que é difícil de compreender em outras abordagens éticas. De acordo com Kant (1724-1804): aspirar ao bem é egoísmo, e o egoísmo não pode fundamentar os valores morais. A única atitude não egoísta – bem sem restrição – é a boa vontade, isto é, agir por obrigação, por cumprir um dever. A moralidade, portanto, não deve depender do bem, mas da intenção. (ARRUDA, WHITAKER; RAMOS, 2001, p. 31).

Seguindo as considerações de Passos (2004) sobre o pensamento de Kant a respeito da moral, observa-se que: “Kant reconhecia que os preceitos da sua Ética eram duros e difíceis de serem colocados em prática, contudo, estava convencido de que uma sociedade perfeita só seria possível se a beleza, a felicidade, o amor, se submetessem ao dever e à moralidade”. (PASSOS, 2004, p. 41).

Vale salientar as observações de Arruda, Whitaker e Ramos (2001) quanto ao pensamento de Adam Smith sobre a moral,

Adam Smith (1723-1790), criador da economia política e pai do liberalismo, defende a idéia de que *a simpatia é a condição necessária e suficiente para fundamentar a moral*. O juízo moral explica-se pela simpatia, pois julgar é aprovar ou desaprovar, e isso nada mais é do que uma demonstração da presença ou da ausência de simpatia. (ARRUDA, WHITAKER; RAMOS, 2001, p. 34).

A Idade Contemporânea caracteriza-se pela valorização do ser humano, marcada pelos avanços científicos; os direitos fundamentais passam a ser a igualdade e a liberdade também chamadas de *virtudes públicas*. O Marxismo, o Pragmatismo e o Existencialismo representam essa época, com maior significado do ponto de vista Ético. Neste sentido, destaca-se a contribuição de Marx para os estudos da Ética e Moral, no mundo real e objetivo, apresentada por Passos (2004):

Karl Marx (1818-1883) nasceu em Tréves, na Alemanha, no seio de uma família de classe média. Foi o fundador e maior representante do materialismo histórico. Partindo do princípio de que o idealismo mistificava a realidade ao fazê-lo decorrente dos conceitos e, dessa forma, criava uma moral também mistificada, pois embasada em princípios irrealis, inaugurou uma nova teoria moral com bases assentadas no *concreto, no real*, na prática.

Entendia que o ser humano era ao mesmo tempo social e histórico, objetivo e subjetivo, capaz de criar e de interferir na realidade e transformá-la à sua medida. Nesse processo, ele não só construía o seu mundo concreto, como também a sua fundamentação valorativa. (PASSOS, 2004, p. 42).

Com a finalidade de enriquecer as abordagens apresentadas nessa pesquisa, torna-se oportuno transcrever a opinião de Valls (1994) a cerca da ética na atualidade:

A ética contemporânea aprendeu a preocupar-se, ao contrário das tendências *privativistas* da moral, com o julgamento do sistema econômico como um

todo. O bem e o mal não existem apenas nas consciências individuais, mas também nas próprias estruturas institucionalizadas de um sistema. Antigos compendias de moral, de inspiração católica, ainda afirmavam, há cinquenta anos, por exemplo, que o socialismo seria intrinsecamente mau, enquanto o capitalismo permitiria corrigir os seus erros eventuais. Hoje dificilmente um livro de ética teria a coragem de fazer uma afirmação deste tipo. (VALLS, 1994, p. 73).

A prática da Ética pressupõe-se incondicional, ou seja, não se pode ser ético em determinados assuntos e não em outros, ou então ético em determinados dias da semana, assim como ser ético com determinadas pessoas ou locais e promover arbitrariedades em outros momentos. A simples menção da palavra Ética pode indispor uma negociação, desde que uma das partes envolvidas não internalize os conceitos inerentes a essa filosofia e que haja interesses conflitantes.

Na atualidade, apresenta-se um sistema socioeconômico que prioriza ações éticas e responsáveis por parte das organizações, conforme aborda Srour (1998):

A partir da segunda metade do século XX, e graças ao funcionamento da democracia representativa, esses fatores todos desembocaram num novo sistema socioeconômico, de caráter capitalista, e esculpiram nele uma dupla lógica – a do lucro e a da responsabilidade social. No capitalismo social, a maximização dos lucros dá lugar à sua otimização e a produção de excedentes em limites socialmente compatíveis. O que isso significa? Que foi incorporado um novo termo à equação capitalista ou uma nova chave-mestra: as empresas capitalistas deixam de fixar-se apenas na função econômica (ainda que esta se mantenha determinante) e passam a orientar-se, de modo indissociável, pela função ética da responsabilidade social. (SROUR, 1998, p. 47).

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Por volta do século XIX, nos Estados Unidos e Europa, a Ética e a Responsabilidade Social eram aceitas como doutrina, apenas podendo ser aplicadas pelos monarcas nas negociações corporativas, mas não pela iniciativa privada. Na trilha da análise evolutiva do conceito de responsabilidade social, a história mostra que: após a independência dos Estados Unidos e, até início do século XX, a legislação sobre corporações regia a realização de lucros para os seus acionistas, sem uma preocupação efetiva das organizações com investimentos sociais.

O julgamento do caso Dodge *versus* Ford, ocorrido em 1919, motivado pela decisão de Henry Ford, presidente e acionista majoritário da empresa Ford, no ano 1916, de não distribuir os lucros aos acionistas, revertendo-o para investimento social, postura que os

desagradava, promoveu discussão à cerca da Responsabilidade Social. A Suprema Corte de Michigan, nos Estados Unidos, deu parecer favorável aos Dodges, baseado no princípio de que a corporação existe para o benefício de seus acionistas, tendo os seus dirigentes a única obrigação de gerar lucros, e estes não podem ser utilizados para outros fins. A Filantropia apenas poderia ser utilizada se fosse baseada em gerar lucros para os acionistas. (KARKOTLI; ARAGÃO, 2004).

Após a Segunda Guerra Mundial, este princípio voltado para o lucro aos acionistas foi bastante combatido. As corporações tomavam novas proporções, assim como, também, sua influência na sociedade, e estes fatos relatados acima, repercutiram nas demandas de decisões das Cortes norte-americanas, passando a serem favoráveis às ações filantrópicas das corporações.

Em 1953, também nos Estados Unidos, a justiça de Nova Jersey julga um caso semelhante ao de Ford, mas nesta nova situação, a decisão foi favorável à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariando interesses de um grupo de acionistas e estabelecendo uma brecha para o exercício da filantropia corporativa, configurando-se como lei (ASHLEY, 2005). Após esta decisão, passou-se a questionar que outras ações, além da filantropia e daquelas voltadas ao social, seriam de igual legitimidade. Tal discussão teve início nos Estados Unidos, surgindo no final da década de 60, na Europa.

Na década de 60, para os Estados Unidos, o conflito do Vietnã desencadeia manifestações por parte da população, contra a produção e uso de armamentos bélicos, principalmente as armas químicas. Emergem as preocupações com os problemas ambientais. Nesse período, deu-se início às atividades em defesa dos direitos do consumidor. No ano de 1962, o então presidente dos Estados Unidos, John Kennedy, em um discurso, reconhece quatro direitos básicos do consumidor: direito à segurança, à informação, à livre escolha, e de ser ouvido. As organizações não podiam mais vender o que desejassem, da forma que desejassem. Surge então, a partir deste fato, um instrumento através do qual a sociedade pode questionar os valores sociais e seus direitos como cidadãos (KARKOTLI; ARAGÃO, 2004).

No Brasil, a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) é um marco do início da utilização da expressão Responsabilidade Social, principalmente, após a publicação da *Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas*, em 1965, que se baseava na função social voltada para os trabalhadores e a comunidade em geral. O período marcado pela ditadura militar, após 1964, restringiu a liberdade de atuação (ASHLEY, 2005). Na década de 70, surgiu no país as primeiras organizações de defesa do consumidor, assim como também aprovação do Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária, início do

pensamento nas questões de Responsabilidade Social no país. Ocorre a expansão das multinacionais originárias da Europa e dos Estados Unidos promovendo choques culturais. Iniciam-se questionamentos quanto às organizações e suas obrigações sociais.

A década de 80 foi marcada pelas mudanças políticas no Brasil, eleições diretas, redemocratização, elevação das causas de defesas ambientalistas, crescimento da globalização. É nesse cenário que surge as Organizações Não Governamentais (ONGs) que voltadas para programas e ações sociais promovam a sustentabilidade das localidades e regiões, ganha impulso a mobilização de trabalho voluntário nas organizações da sociedade civil e das lutas sindicais. Transformações importantes ocorreram na sociedade, e no mercado empresarial e financeiro, promovendo as participações ativas dos cidadãos, refletindo no fortalecimento das discussões relacionadas à Responsabilidade Social (TINOCO, 2001).

Os anos 90 promoveram avanços em relação às práticas da Responsabilidade Social, com utilização mais intensa do tema e suas ações efetivas, acentuaram-se as mudanças no panorama corporativo no Brasil, no que se refere a essa abordagem. A visão econômico-financeira relacionada à sobrevivência corporativa, volta-se para a estratégia competitiva, em decorrência de o país atravessar uma abertura de mercado, permitindo uma livre concorrência com o mercado mundial.

Nesta perspectiva, vale ressaltar as transformações sociais das últimas décadas. A economia capitalista vem sofrendo modificações em suas bases de relacionamento - as organizações, seus dirigentes, os trabalhadores e a sociedade. As classes trabalhadoras promovem reivindicações e inclusões sociais, diminuindo os percentuais de exclusões, através de manifestações dentro dos seus diversos segmentos, conduzindo as organizações cada vez mais à necessidade de adequar suas posturas, adotando medidas que buscam a mediação nas negociações, que promovam o equilíbrio entre as partes. Exige-se prudência dos dirigentes, adaptação às diferenças culturais, sociais e comprometimento com uma realidade social excludente.

Em tempos atuais, passou-se a questionar a posição das organizações nas áreas sociais, uma mudança significativa na crença de que cabe apenas aos poderes públicos, a responsabilidade pela melhoria do bem-estar social, através da assistência e serviços disponibilizados à comunidade. Deste modo, cresce a conscientização da sociedade sobre esta temática e promove-se também, o despertar das organizações para a percepção da necessidade de atuação mais ampla, ultrapassando seus muros, propiciando maior entrosamento nas esferas pública e privada.

Algumas instituições como o Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial, e o Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE), entre outras, apóiam a responsabilidade social empresarial, além de disseminar seus conceitos e aplicações para conscientizar as organizações dos problemas sociais e ambientais existentes, para que estas desempenhem seu papel de forma a amenizar a realidade social vigente.

Neste contexto, o esclarecimento de Oliveira (2002) quanto às classificações dos setores de atuação na responsabilidade social, faz-se necessário:

Para cumprir esse papel, o terceiro setor começa a ocupar o seu espaço. O primeiro setor corresponde às ações de caráter público exercidas pelo Estado. O segundo setor, às ações de caráter privado praticadas pelas empresas. Já o terceiro setor é um espaço institucional que abriga ações de caráter privado, associativo e voluntarista, voltado para a geração de bens de consumo coletivo, sem que a entidade se aproprie dos excedentes econômicos eventualmente gerados durante o processo. O terceiro setor é composto principalmente por entidades sem fins lucrativos que desenvolvem ações sociais. (OLIVEIRA, 2002, p. 3).

É nesta perspectiva que emerge o conceito de responsabilidade social empresarial vinculado as diversas vertentes, que pode ser entendida tanto como obrigação legal, quanto como filantropia empresarial, que por vezes é confundida com caridade; também, como estratégia de *marketing*, com ações que visam unicamente à elevação na obtenção de lucros; mas percebe-se uma conscientização pelo comportamento baseado em princípios e valores, com ações verdadeiramente voltadas para a integração e desenvolvimento social.

A responsabilidade social de uma organização se manifesta de várias formas: internamente, preocupando-se com o bem-estar dos públicos que se relaciona (*stakeholders*), - clientes, funcionários, acionistas, fornecedores, prestadores de serviços, criando condições internas de satisfação, realização pessoal e motivação, sendo ético e oferecendo aos seus funcionários condições dignas de trabalho bem como, externamente, no desenvolvimento de atividades para preservar os recursos naturais disponíveis e utilizados, na melhoria da qualidade de vida da sociedade, no apoio às entidades comunitárias e em todo o ambiente em que está inserida.

Tem-se, cada vez mais, uma sociedade consciente, articulada e engajada na fiscalização de práticas empresariais pautadas pela Ética. As organizações que administram suas relações, sem ética com os públicos internos e externos e sem os devidos cuidados com as necessidades da sociedade e do ambiente, podem cometer erros, significando riscos de sobrevivência no mercado e pouca atenção aos problemas sociais.

A determinação de atuar com Ética e ações de Responsabilidade Social promove mudanças significativas nas organizações, quer sejam públicas ou privadas, em suas bases culturais, em sua filosofia e práticas gerenciais, conduzidas por profissionais, evitando-se assim ações apenas filantrópicas e iniciativas isoladas e sem continuidade.

O questionamento de alguns administradores é que, por ter resultados de longo prazo a Responsabilidade Social, poderá elevar os custos, causando diminuição nos lucros dos acionistas. São necessárias estratégias para equacionar lucro e sensibilidade, atendendo as necessidades de seus clientes internos e externos, quanto à qualidade dos produtos e serviços, preservação ambiental, ética nas relações com colaboradores, fornecedores e governo.

Friedman (1970) e Kanitz (2001) discordam dos conceitos de responsabilidade como um compromisso para com a sociedade, uma contra-partida em função do uso dos recursos utilizados, sejam eles financeiros, humanos, naturais, entre outros; desse modo, corroboram com o pensamento de que a única responsabilidade social das organizações é gerar lucros para os acionistas, e que a responsabilidade social empresarial está em pagar bons salários aos funcionários, melhorando a sua qualidade de vida e oferecendo produtos de qualidade ao mercado.

A dimensão Ética da Responsabilidade Social

A Responsabilidade Social sendo conduzida como uma dimensão Ética pelos administradores, proprietários e dirigentes empresariais fortalecem as relações entre as partes envolvidas nas diversas negociações existentes, nos mais distintos âmbitos, atingindo os interesses dos *stakeholder*. Neste contexto, segundo Passos (2004):

A responsabilidade social pressupõe *consciência e compromisso das empresas com mudanças sociais*. Impõe que elas reconheçam sua obrigação não só com acionistas e clientes, mas também com os seres humanos, com a construção de uma sociedade mais justa, honesta e solidária, uma sociedade melhor para todos, assim, ela é uma *prática moral*. É uma prática orientada pela *ética*, que vai além das obrigações legais e econômicas, rumo às sociais, respeitando-se a cultura e as necessidades e desejos das pessoas. (PASSOS, 2004, p. 166).

Andando na trilha de Passos (2004), quanto à importância da ética como base para as ações de responsabilidade social, destaca-se a abrangência de uma atuação pautada nessa dimensão:

[...] sendo a responsabilidade social uma questão ética, as empresas precisam comportar-se de forma justa com todas as pessoas com quem elas

relacionam-se direta ou indiretamente: colaboradores, clientes, fornecedores, consumidores, acionistas e comunidade. Precisam ficar atentas às necessidades das pessoas que são afetadas por elas, não como uma postura legal ou filantrópica, mas como *compromisso e responsabilidade*. A responsabilidade social só existe em empresas que foram além das obrigações impostas e absorveram conscientemente outras. (PASSOS, 2004, p. 167).

Neste sentido, torna-se pertinente à citação de Oliveira (2002), tendo a ética como lastro para a responsabilidade social e sua relação com a gestão empresarial, gerando valor para as partes interessadas:

O conceito de Responsabilidade Social é amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e relações com todos os públicos com os quais a empresa interage: acionistas, empregados, consumidores, rede de fornecedores, meio ambiente, governo, mercado, comunidade. A questão da Responsabilidade Social vai, portanto além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na responsabilidade social das relações e na geração de valor para todos. (OLIVEIRA, 2002, p. 5).

Diante das opiniões à mostra, percebe-se oportuno registrar o parecer emitido por Ashley (2005) quanto às abordagens relativas ao interesse da academia pelo aspecto ético da Responsabilidade Social:

Especificamente na área de ética e responsabilidade social, há muitos trabalhos interessantes que mostram preocupação com a cultura. Em administração, vários autores também estão se voltando, com frequência, para esses mesmos temas. Em comum entre eles essas duas vertentes da literatura acadêmica há um reconhecimento de que ética, cultura e valores morais são inseparáveis de qualquer noção de responsabilidade empresarial. Afinal, o próprio fato de se considerar que uma organização tem determinadas responsabilidades para com seus interlocutores necessariamente envolve uma elaboração ética e vice-versa: qualquer reflexão sobre ética sempre tem em mente as responsabilidades percebidas como intrínsecas às organizações. (ASHLEY, 2005, p. 3).

Melo Neto e Froes (2004) dizem que há um reflexo positivo nos funcionários das organizações socialmente responsáveis e apresentam sua justificativa no sentido da dimensão da causa e efeito do comportamento ético-social no exercício da responsabilidade social interna e externa, observando que:

[...] a ética empresarial cria, dissemina e institucionaliza “valores” que se refletem em atitudes, comportamentos e práticas gerenciais. Tais valores vão consolidar as relações da empresa com seus empregados e familiares (exercício da responsabilidade social interna). (MELO NETO; FROES, 2004, p. 135).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social é uma prática que vem ganhando destaque no cenário mundial, tendo em vista que a organização não é constituída apenas por seus recursos de produção, pois influencia e é influenciadora de comportamentos, valores e de postura transparente por todos os agentes da sociedade, os *stakeholders*.

No Brasil, a responsabilidade social empresarial toma força na década de 90, com o surgimento das campanhas sociais, que tiveram o apoio de toda a sociedade. Entretanto, a efetivação da responsabilidade social não é propriamente uma novidade, mas têm ganhado notoriedade e destaque em virtude da concepção da responsabilidade social como estratégia empresarial para a formação de uma imagem positiva da organização, o que confere uma vantagem competitiva frente aos concorrentes e gera valor para os consumidores.

Além disso, os consumidores estão cada vez mais exigentes e conscientes de seus direitos, pois tem melhores níveis educacionais e mais acesso às informações, e por isso, conhece mais os seus direitos. Dessa maneira, com esse novo perfil dos consumidores, há uma tendência das empresas em se conscientizarem de que também tem seu papel a desempenhar no desenvolvimento de uma sociedade mais justa e igualitária, assim como na preservação dos recursos naturais.

É interessante ressaltar que há diferentes entendimentos sobre o conceito de responsabilidade social, tendo em vista que, muitas vezes, o conceito não confere com a prática organizacional, ou seja, algumas empresas têm realizado ações filantrópicas, de curto prazo, que pretende amenizar a situação de determinada comunidade, e se autodenominam socialmente responsáveis.

A prática da responsabilidade social engloba uma atitude mais ampla, pois se refere à conscientização da organização no desenvolvimento do social, aliando os objetivos da mesma com as necessidades da sociedade. Desse modo, entende-se a responsabilidade social como uma atitude da empresa contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas, de forma coerente e sistemática.

Ao se falar em responsabilidade social empresarial torna-se inevitável falar em ética, pois este princípio serve como direcionador das atitudes tomadas pela organização. Assim, o comportamento ético das empresas refere-se ao cumprimento das suas obrigações e não se utilizar sua influência para conseguir algum benefício. Desse modo, o comportamento ético é vital para as organizações, na medida em que solidifica as relações com os *stakeholders*.

O que se pode verificar é que, atualmente, o sucesso da organização não depende apenas dos produtos com preços baixos, mas também do comportamento ético atrelado à responsabilidade social empresarial. Assim, as organizações, para alcançarem uma vantagem competitiva, não podem pensar apenas nos lucros e nos seus concorrentes, mas também em alinhar seus interesses aos da sociedade; desse modo, alcançará benefícios, como a valorização da marca e da imagem institucional.

Destaca-se a relevância da responsabilidade social empresarial, dos benefícios da sua aplicabilidade, tanto para a organização quanto para a sociedade e a necessidade de ampliar a discussão da temática, de maneira que se consiga entender a resistência de algumas empresas em assumir seu papel perante a sociedade, bem como analisar os benefícios, ou não, da efetivação da responsabilidade social, exclusivamente, para fins promocionais, contribuindo para disseminação da ética e responsabilidade social empresarial.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho; WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodrigues. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.

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

BOFF, Leonardo. **Ética e Moral: a busca dos fundamentos**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

DRUCKER, Peter F. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

FERRELL, O. C.; FRAEDRICH, John; FERRELL, Linda. **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. 4. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e liberdade**. São Paulo: Nova Cultural, 1970.

GARRIDO, Ana Paula. Os novos desafios da responsabilidade social. **Falando de Qualidade**, São Paulo, v. 14, n. 150, p. 22-35, nov. 2004.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em: 30 maio 2005.

KANITZ, Stephen. O importante é começar. **Veja**, São Paulo, v. 34, n. 51, p. 23, dez. 2001. Edição especial. Guia para fazer o bem.

KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MELO NETO, Francisco P.; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualimark, 2004.

MOREIRA, Joaquim Manhães. **Ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 2002.

NASH, Laura L. **Ética nas empresas: guia prático para soluções de problemas éticos nas empresas**. São Paulo: Makron Kooks, 2001.

OLIVEIRA, Marco Antonio de. **SA 8000: o modelo ISO 9000 aplicado à responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

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

PORTER, M. E.; KREMER, M. R.A. A vantagem competitiva da filantropia corporativa. **Harvard Business Review**, v. 80, n. 12, p. 42, 2002.

SA 8000: o modelo ISO 9000 aplicado à responsabilidade social. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

_____. **Poder, cultura e ética nas organizações**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade públicas organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

VALLS, Álvaro L. M. **O que é ética**. 9. ed. São Paulo: Brasiliense. 1994. (Coleção Primeiros Passos).

Artigo recebido em 27/12/2006 e aceito para publicação em 27/09/2007.