



A “RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA” : SINTOMA DA INSATISFAÇÃO EXISTENCIAL NA ECONOMIA PÓS-INDUSTRIAL

Piercarlo Maggiolini
Politecnico di Milano

Escopo da palestra

Liderança responsável

Líderes devem ter participação ativa na construção de um futuro melhor, mais digno, mais transparente e mais justo”
(Price Waterhouse & Coopers)

Escopo da palestra

Contribuir para responder à seguinte pergunta:

Porque o interesse pelo tema da Responsabilidade Social da Empresa (RSE) literalmente explodiu nestes últimos poucos anos?

Estrutura da palestra

Primeira Parte:

apresentar sinteticamente o debate sobre a RSE

Segunda Parte:

ilustrar as razões do grande e crescente interesse pela RSE

PRIMEIRA PARTE

Uma síntese do debate sobre a Responsabilidade Social da Empresa

O interesse pela RSE

O interesse pela RSE (e pela Ética nos Negócios) explodiu:

Em Internet (com Google) fim de setembro 2006:

- **“Corporate Social Responsibility”**

7.760.000 páginas (4.900.000 em março de 2006)

- **“Business Ethics”**

7.940.000 páginas (4.360.000 em março de 2006)

- Em **espanhol**, somando as expressões **“Responsabilidad social corporativa”**, **“ética empresarial”** e equivalentes:

1.500.000 páginas

- Em **português** (**“Responsabilidade social da empresa”**, etc.):
mais de 500.000 páginas

O interesse pela RSE

No Brasil, em março de 2004, **39 grupos de pesquisa** trabalhavam sobre os temas da ética e responsabilidade social nos negócios.

(fonte: P.A.Ashley (ed.), *Ética e Responsabilidade Social Nos Negócios*, Editora Saraiva, São Paulo, 2005)

O crescente interesse pela RSE é, apesar das aparências, um **indício negativo**.

Hoje se fala (e se escreve) tanto sobre a RSE porque existe muito pouca RSE, aliás, cada vez menos, com certeza menos do que há algumas décadas.

Existe um ceticismo geral contra a RSE

- **Uso instrumental** da RSE, simples fachada para diferenciar – em várias maneiras – a empresa no mercado para obter mais lucros

(como evidência o fato de que a sua incidência está fortemente concentrada nos setores nos quais a marca da empresa cumpre um papel fundamental)

- **Enorme abismo** entre a teoria proclamada e a prática real

- **Uma fachada** para esconder comportamentos gravemente irresponsáveis das grandes empresas, como uma máscara para embelezar atos

Definição da RSE

No estudo e definição da RSE existem duas perspectivas diversas em função do que se considera importante:

1. o **comportamento** da empresa “socialmente responsável”
2. o **objetivo** buscado pela empresa com a RSE

I. O comportamento da empresa “socialmente responsável”

Uma empresa é “socialmente responsável ” quando **cumpre uma série de atos específicos considerados “socialmente responsáveis”** num dado contexto, historicamente determinado.

O conteúdo dos **comportamentos responsáveis** se modifica no tempo e é diferente em cada país

II. Objetivos da empresa "socialmente responsável "

Pergunta-se a propósito das **motivações** e da **finalidades** perseguidas pela empresa que almeja ser "socialmente responsável"

Duas visões de RSE

1. RSE **unicamente** como instrumento competitivo (**meio**) para a empresa

2. RSE **também** como um **fim** para a empresa (e o Governo) para perseguir um modelo de desenvolvimento - da economia e da sociedade - não alcançável por meio da concorrência pura no mercado da empresa orientada ao lucro.

A RSE somente como um meio ou também como um fim?

Em última análise, a discussão em torno da RSE converge a um dilema: *a RSE é só um meio ou também um fim* para a empresa?

A situação é análoga à célebre máxima de Kant: Não se devem jamais tratar os seres humanos somente como meio mas também como fim

1. RSE como meio

A RSE como uma forma de busca de lucros, um tipo de posicionamento eficiente no mercado

Teoria de Milton Friedman:

"The social responsibility of Business is to increase its profits" naturalmente respeitando as leis e as "regras do jogo"

RSE como meio

O argumento principal de Friedman

Os acionistas individuais, os empregados e os clientes de uma empresa devem ser capazes de decidir sozinhos quais causas sociais ou de outro tipo queiram patrocinar com o seu dinheiro. A empresa não deve tomar essas decisões por eles.

RSE como meio

Ocasionalmente as boas ações ajudam a ganhar mais

Por exemplo:

- **tratar bem os empregados** poderia atrair pessoas de talento,
- **fazer beneficência** poderia se traduzir em um tratamento mais favorável no trato com as autoridades
- Mencionar na publicidade que **os produtos não prejudicam o meio ambiente** poderia aumentar as vendas

Se deveria proceder assim somente se, racionalmente, isso pudesse ajudar economicamente a empresa.

Agir assim somente porque é bom o correto não é uma razão suficiente.

RSE como meio

Os limites da RSE como meio

Sem contestar radicalmente a validade da RSE também como um meio, alguns limites foram evidenciados, como veremos.

É evidente como **uma política de RSE só como um meio** apresenta o risco de ser **ocasional** e **instável** para ser realmente confiável (e portanto para produzir efeitos duradouros)

Uma concepção “amadurecida” da RSE deve adaptar-se às **novas fenomenologias da economia pós-industrial**, um desabrochar de formas complexas de agregação social baseada na identidade cultural, em busca de uma qualidade de vida não concentrada só no aumento da renda, etc.

2. RSE como fim

Exemplo, a definição de RSE de Sacconi:

“RSE è um modelo de *governance* ampliada da empresa, em cuja base quem a governa tem responsabilidades que se estendem desde o cumprimento do dever fiduciário em relação à **propriedade** até a obrigações fiduciárias análogas em relação a todos os **stakeholders**”.

RSE como fim

Fundamento desta teoria:

A empresa é uma **solução institucional** a um problema de coordenação e cooperação entre **interesses múltiplos**.

É um meio que permite a solução de um problema de coordenação para os interesses (e conseqüentemente os objetivos) dos **stakeholders**.

→ uma versão da **teoria dos stakeholders** e dos **custos de transação**.

RSE como fim

É importante porém considerar que os **"intercâmbios"** (as transações) das quais participa a empresa não são somente econômicas (**intercâmbio econômico**) mas também sociais (**intercâmbio social**).

Os interesses em jogo não são exclusivamente econômicos (nem os bens produzidos pela empresa são puramente econômicos) mas também **"simbólicos"**, **"relacionais"** (S. Zamagni).

RSE como fim

Bens "simbólicos":

quantas empresas atualmente (até alimentares) não vendem produtos, mas "estilos de vida"?

Interesses "relacionais":

Consideremos a normalíssima relação de trabalho entre a empresa e o trabalhador. Esta pode assumir as características do "**intercâmbio social**" ou do "**intercâmbio econômico**".

RSE como fim

No **intercâmbio social** influem elementos não materiais como a confiança, a lealdade, a honestidade e o apego ao trabalho que não são negociáveis, porque se baseiam em elementos não quantificáveis.

Não obstante, a diferença se torna grande em termos de **performance econômica** final da empresa se as relações trabalhistas forem de um tipo ou do outro

RSE como fim

O trabalhador aceitará entrar num “**intercâmbio social**” somente se a empresa lhe parecer um **ente moral**, um ente que demonstre corresponder aos valores como confiança, lealdade, honestidade, apego ao trabalho, etc.

Tais valores são sentidos e compartilhados porque – também – dignos por si só; e não só porque instrumentais à função econômica, também porque se fossem reduzidos a meros “instrumentos”, cedo ou tarde desapareceriam.

Colocar os valores humanos no centro da empresa

A proposta de Thomas Malone

Thomas Malone no seu livro “ *The Future of Work* ” propõe **colocar os valores humanos no centro da atividade da empresa** como conclusão lógica e “objetiva” de uma evolução que está acontecendo agora na economia e na sociedade contemporânea (pós-industrial) e uma escolha “racional” por parte das empresas.

E’ todavia evidente, mesmo que implícita, a escolha ética que subteme tal proposta.

Os valores humanos no centro da empresa

A proposta de Malone baseada nos valores humanos permite criar **uma ponte entre as duas visões da RSE**, aliás, de uni-las considerando a primeira (RSE como meio) como um caso particular da segunda (RSE como um fim).

Os valores humanos no centro da empresa

Como Malone mostra a importância dos valores na vida da nova empresa contemporânea?

Introduz o tema fazendo referência a uma prática adotada no seu curso de *Leadership* do MIT para ajudar os alunos a decidir o que é realmente importante para eles.

Ele os faz concentrarem sobre a seguinte idéia:

Imaginemos-nos em fim de vida, com somente poucas horas de vida. O que gostaríamos que os nossos parentes e amigos pensassem de nós? O que gostaríamos de ter alcançado na vida?

Os valores humanos no centro da empresa

- A finalidade de tal exercício é criar as condições para a formulação da própria **"missão pessoal"**, uma descrição dos objetivos mais importantes pelos quais queremos lutar na nossa vida.
- Muitas vezes reconhecemos que passamos nossos dias a cuidar de detalhes que não terão muito valor no fim da nossa vida. E que **aspectos realmente importantes da vida são continuamente marginalizados, são esquecidos ou adiados**. Muitos afirmam, por exemplo, que a riqueza e o sucesso profissional no fim da vida serão menos importantes e **outras coisas serão mais importantes**, como a família, os amigos, a busca espiritual e melhorar o mundo.

Heidegger: "vida autêntica"

Práticas dessa natureza constituem uma tradição milenar da humanidade.

Poderíamos fazer uma conexão, por exemplo, com a busca da **"vida autêntica"** proposta por **Heidegger** em *Ser e Tempo*.

- Assumindo que a existência humana é por constituição ontológica um "projeto", uma "possibilidade", a vida humana pode ser "autêntica" ou "inautêntica" dependendo do fato de que o homem vive praticamente "perdendo-se" nas opiniões comuns, nas idéias que absorveu no ambiente social onde se encontra. A outra alternativa é "projetar-se", "apropriar-se dele mesmo", "escolher-se" baseando-se sobre a "sua possibilidade mais própria"

Heidegger: “vida autêntica”

- Sabemos que a única autêntica “possibilidade mais própria, incondicionada e insuperável” do ser humano é ... a morte. Pois bem, a aceitação consciente da própria morte como a possibilidade “mais própria” não significa “pensar na morte” no sentido de pensar que morreremos, mas significa considerar todas as outras possibilidades como puras possibilidades, nenhuma das quais definitiva ou necessária.

- A consciência para o homem de “ser-para-a-morte”, segundo Heidegger, é profundamente libertadora para o ser humano.

Escreve Heidegger: *“a antecipante liberação de si pela própria morte libera da dispersão nas possibilidades que se cruzam casualmente, de maneira que as possibilidades efetivas, ou seja, situadas do lado de cá daquela que é insuperável [a morte], possam ser entendidas e escolhidas autenticamente”.*

Os valores humanos no centro da empresa

Por que são importantes os valores?

Segundo Malone, vamos na direção de um sistema econômico no qual se requer que cada um seja sempre mais “**empreendedor de si mesmo**”, e portanto se tivermos que tomar sempre mais **decisões** na nossa vida profissional, deveremos sempre pensar nos valores que manteremos ao tomarmos as decisões.

Se não formos capazes de pensar a fundo **no que realmente nos importa**, é muito fácil nos desorientarmos e nos distrairmos por coisas que não são importantes.

Os valores humanos no centro da empresa

Se quisermos criar uma empresa que inspire lealdade e dedicação autênticas nos confrontos com empregados, clientes, etc., **deve-se-á apelar aos seus valores humanos mais do que àqueles puramente econômicos.**

Muitos pretendem, de uma empresa, o dinheiro.

Mas as pessoas decidem trabalhar para certas empresas ao invés de para outras também por outras razões:

- porque oferecem um sentimento de realização,
- porque trabalham com pessoas interessantes,
- porque podem viajar,
- porque podem passar mais tempo com a família, etc.

Os valores humanos no centro da empresa

Malone cita a teoria de Maslow.

Satisfeitas as necessidades básicas (**nutrição e abrigo**), outros aspectos se tornam mais importantes: **relações, realizações pessoais de vários tipos, dar um sentido à vida.**

Na medida do possível, os trabalhadores, os clientes, os fornecedores e os próprios investidores procurarão aquelas empresas que oferecem algo considerado de maior valor do que aquele exclusivamente econômico.

As empresas competirão cada vez mais na capacidade de oferecer sentido e significado.

Os valores humanos no centro da empresa

Estas constatações, ou prospecções, estão em contradição com outras constatações. Nos últimos decênios o ponto de vista dominante a respeito da empresa tem sido que seu **único objetivo é ganhar dinheiro para os acionistas**

Por exemplo, a *Business Roundtable* (grupo constituído pelos dirigentes das 200 maiores empresas americanas) declarava:

- **em 1981**: a tarefa dos administradores é a de harmonizar as reivindicações legítimas de **todos os stakeholders** da empresa: acionistas, clientes, empregados, comunidade, fornecedores e a sociedade em geral,
- **em 1997**: o conceito de que a direção da empresa deva harmonizar os interesses dos acionistas àqueles dos outros stakeholders da empresa está **além do que se espera de um manager**.

Análise de Malone da teoria de Friedman

A premissa de Friedman: **um gerente trabalha para os proprietários da empresa.**

- E, em geral, os desejos dos proprietários das grandes empresas cotadas na Bolsa são **ganhar o máximo possível** respeitando as normas básicas vigentes na sociedade.
- **Malone tenta usar Friedman contra Friedman**, ou seja, de esticar ao extremo o raciocínio de Friedman contra o mesmo Friedman, para **unir numa mesma lógica seja a prospectiva com foco nos lucros ou aquela com foco nos valores humanos** (e portanto a perspectiva da RSE como meio e aquela da RSE como fim).

Análise de Malone da teoria de Friedman

- Malone mostra que Friedman não afirmou que as empresas devem fazer só o que favorece os interesses econômicos dos seus proprietários mas que devem **servir aos desejos** destes últimos sejam esses quais forem. E quem são os proprietários das empresas em última análise? O que querem? São pessoas, obviamente, e as pessoas têm muitos objetivos e desejos, alguns de tipo econômico, outros não.
- Por que não se devem levar em consideração os próprios **valores não econômicos** para decidir como investir o próprio dinheiro, assim como os consideramos nos outros aspectos da própria vida?

Análise de Malone da teoria de Friedman

Um exemplo: o crescimento dos fundos de investimento “socialmente responsáveis”:

- nos **Estados Unidos**, em 2001, quase 12% dos fundos se definia “investimento socialmente responsável”
- na **Europa** o investimento ético supera 1.000 bilhões de euros.

Um “mercado de valores”

Se é correto que as empresas tenham objetivos – também – não meramente econômicos, **quem seleciona os objetivos?**

- **Objetivos** e **sucesso** de uma empresa não dependem somente dos investidores–proprietários.

- Todas as outras pessoas interessadas, incluindo os **empregados**, os **clientes**, os **fornecedores**, escolhem (deveriam ter escolhido) voluntariamente trabalhar com ela; aí incluindo a **sociedade**, que deveria “permitir” que uma empresa assim exista e possa funcionar.

Um “mercado de valores”

Todas aquelas pessoas, todavia, muitas vezes têm pontos de vista diferentes a respeito de quais devam ser os objetivos de uma empresa. Portanto, quem deve decidir?

Em última análise, tal decisão é como qualquer outra decisão gerencial. Qualquer esquema de toma das decisões poderia ser utilizado. E uma das possibilidades mais interessantes é o **mercado**, um “**mercado de valores**”.

Um “mercado de valores”

- Num **mercado de valores** as decisões sobre os valores se tomam – como em qualquer outro mercado – através de **acordos mútuos** entre as pessoas envolvidas diretamente.
- Poderemos efetivamente perseguir quaisquer tipo de **valores que sejam importantes para nós**.
- Teremos sucesso somente se encontrarmos outras pessoas que **concordem com nossos valores**. Aqueles que compartilham os nossos valores tenderão a **trabalhar** para nós, a **estabelecer contratos** conosco, a **comprar** nossos produtos ou a **investir** na nossa empresa.

Um “mercado de valores”

Efetivamente este mercado de valores já existiria.

- Os **consumidores** podem decidir comprar produtos ou serviços das empresas cujos valores lhes agradem e abster-se de fazê-lo com relação a outras empresas cujos valores não aprovem.
- As **empresas** podem adotar livremente e conscientemente tipos diversos de valores.
- Os **trabalhadores** também exprimem seus valores quando escolhem para quem trabalhar.

Um “mercado de valores”

Naturalmente os mercados impõem **restrições econômicas** sobre as decisões de valores.

Por exemplo, não se pode trabalhar indefinidamente para uma empresa que siga os seus valores a menos que essa obtenha lucro ou disponha de outras fontes de renda

Portanto, se o **lucro** não é um fim, se torna um meio.

Um “mercado de valores”

- O fato é que, em geral, quem dispõe de **maiores recursos econômicos** tem **maior influência** nos mercados do que os que têm menor peso econômico.
- Para exercer maior influência, em muitos países foram criadas **associações de consumidores**, para não mencionar os “velhos” **sindicatos**.
- Mas esta diferença decisional **não é exclusiva** dos mercados. No âmbito político até nos países democráticos os líderes de opinião e os que controlam os mass-media têm muito mais influência do que os simples eleitores. Os movimentos políticos e os partidos não nasceram por acaso.

Transparência e o papel da tecnologia da informação e da comunicação

Malone justamente enfatiza os **riscos do oportunismo** causado pela perspectiva de “mercado de valores”.

Na medida em que um maior número de empresas tenta alcançar objetivos não só econômicos, surgirá o perigo de um **abuso cínico** das “boas intenções” alheias.

Transparência e o papel da tecnologia da informação e da comunicação

- Para funcionar adequadamente, a um “mercado de valores” não bastam códigos éticos e coisas do gênero.
- É necessário, sobretudo, **transparência**. As pessoas devem poder tomar decisões sobre os valores baseando-se em **informação adequada**.
- A transparência requer que uma **grande quantidade de informações** – precisas e confiáveis – sejam comunicadas a um grande número de pessoas.

Felizmente as **novas tecnologias da informação e da comunicação** tornaram este tipo de transparência econômica e fácil – potencialmente – a um nível nunca antes conhecido.

Transparência e o papel da tecnologia da informação e da comunicação

Hoje, porém, sobretudo como consumidores, a maioria das nossas decisões sobre valores se baseia em **informações extremamente limitadas**.

Tudo seria muito facilitado se existissem e se se consolidassem **métodos sistemáticos e imparciais** para avaliar as várias empresas quanto aos seus valores.

Neste sentido são importantes as **certificações éticas e ambientais**, onde existem já experiências significativas.

Transparência e o papel da tecnologia da informação e da comunicação

As novas tecnologias da informação e da comunicação como **Internet**, facilitando enormemente a troca de informações, tornaram e tornarão sempre mais fácil encontrar pessoas e empresas que compartilhem os mesmos valores.

Malone indica um web site americano intitulado **Ideals Work** (www.idealswork.com) como exemplo paradigmático do uso das novas tecnologias da informação para aumentar a transparência, ajudando os consumidores a comparar os aspectos sociais e ambientais de milhares de produtos em relação aos próprios valores pessoais.

Transparência e o papel da tecnologia da informação e da comunicação

As tecnologias da informação podem ajudar a tornar mais transparentes e eficientes os mercados não só para alcançar os objetivos econômicos – como bem sabemos – mas também os objetivos não econômicos (ou não imediatamente econômicos).

Na maioria dos casos, isto se torna possível somente com o auxílio de terceiros como ONGs, associações de consumidores, sindicatos, etc.

SEGUNDA PARTE

As razões do interesse pela Ética e Responsabilidade Social da Empresa

As razões do interesse pela RSE

Por que o interesse pela RSE literalmente explodiu nestes últimos anos?

1. O "capitalismo gerencial acionário" e a "maximização do valor para o acionista"
2. A Globalização com uma nova relação entre o capital e o trabalho
3. A "insatisfação existencial" da sociedade pós-industrial

As razões do interesse pela RSE

Razões segundo Zamagni

- **A primazia do consumidor:**
do **consumidor-cliente** (passivo) ao **consumidor-cidadão** (ativo e socialmente responsável)
- **Limites e falência dos sistemas de incentivo:**
não é suficiente o **intercâmbio econômico**, é necessário também o **intercâmbio social**

As razões do interesse pela RSE

A primazia do consumidor

Estamos andando em direção a uma economia (aquela pós-industrial) na qual a primazia não é mais do “produtor”, mas do “consumidor”.

Segundo Zamagni, o papel de simples e egoísta “agente econômico”, essencialmente passivo e puro receptor das ofertas que lhe vem da produção, do “Consumidor-Cliente” está acabando

As razões do interesse pela RSE

O “consumidor-cidadão” é o consumidor sempre mais “consciente”, “crítico”, convicto do seu papel como cidadão que – consumindo (produtos nacionais, ou ecológicos, etc.) – contribui ao bem estar de um país e à qualidade deste bem estar.

Em resumo, o “novo” consumidor “socialmente responsável” não esquece de ser também um cidadão - ou só um ser humano! – **responsável pelo bem comum da comunidade** à qual pertence, talvez até àquela planetária.

É este comportamento do “consumidor-cidadão” (“socialmente responsável”), corretamente e lealmente interpretado pelas empresas, que favorece a RSE.

As razões do interesse pela RSE

Limites e falência dos sistemas de incentivos: não basta o intercâmbio econômico, é necessário também o intercâmbio social

- A complexidade do negócio, ou seja, dos processos-produtos (ou serviços) na economia pós-industrial está criando crescentes fenômenos de **assimetria da informação** e de **contratos incompletos**.
- Para evitar **riscos de comportamento oportunista**, se recorre a **sistemas de incentivos** (em geral do tipo econômico direto ou indireto, ou seja, baseados no intercâmbio econômico).

As razões do interesse pela RSE

- Mas os **sistemas de incentivos** baseados no intercâmbio econômico para **incentivar (remunerar) valores** como honestidade, lealdade, apego ao trabalho, etc. a longo prazo **erodem a motivação intrínseca** de adesão a tais valores, que são recompensados mais pela aprovação social – no intercâmbio social – que pelo interesse econômico.
- **A RSE é o modo mais eficaz para introduzir e valorizar o intercâmbio social** com e além dos aspectos econômicos, uma maneira para suscitar a adesão convicta das pessoas a valores compartilhados.

As razões do interesse pela RSE

Em outras palavras, os instrumentos típicos da RSE como **balanço social, código deontológico, carta dos valores, certificações éticas**, etc, são adotados pelas empresas **não por razões instrumentais**, mas porque a obediência à ética da empresa é considerada como uma **fonte de satisfação** consigo mesmo para os que com ela e nela operam.

1. Maximização do valor para o acionista

1. O "capitalismo gerencial acionário" e a "maximização do valor para o acionista"

Segundo Gallino, a difusão das "**empresas irresponsáveis**" motiva o interesse pela RSE

"Define-se como 'irresponsável' uma empresa que, além das obrigações legais básicas, supõe não precisar responder a nenhuma autoridade pública ou privada, e nem à opinião pública, no que se refere ao campo econômico, social ou meio-ambiental de sua atividade"

Maximização do valor para o acionista

Dentre estas atividades são consideradas:

- estratégias industriais e financeiras,
- condições de trabalho oferecidas aos empregados no próprio país e no exterior,
- políticas ocupacionais
- relações dos produtos e dos processos produtivos com o meio ambiente,
- emprego dos fundos fornecidos à empresa pelos poupadores em forma ou de ações ou de obrigações,
- preparação dos balanços
- qualidade dos produtos,
- relações com a comunidade em que opera
- localização das atividades produtivas
- conduta fiscal

Maximização do valor para o acionista

A partir da **metade dos anos setenta** houve um crescimento incomensurável de empresas irresponsáveis devido a uma complexa transformação do capitalismo que trouxe consigo o surgimento do "**capitalismo gerencial acionário**", fundado sobre um novo paradigma econômico: a "**maximização do valor pelo acionista**"

Maximização do valor para o acionista

Os instrumentos escolhidos para maximizar o valor para o acionista são:

- enfoque das decisões no curto prazo ("**curto prazo**")
- crescimento da empresa por meio de **fusões e aquisições**
- emprego de recursos disponíveis em **operações financeiras** ao invés de novos investimentos
- ao invés de privilegiar lucros provenientes da produção de bens e de serviços tangíveis, geram-se **fluxos de rendas por meio de serviços financeiros**.
- Quotas crescentes de recursos monetários das empresas são destinados à **reaquisição das próprias ações** para que não se dilua seu valor de mercado
- privilegiar gerentes que saibam fazer crescer **o valor de mercado** da empresa ao invés do "core business"

Maximização do valor para o acionista

" A **raiz do problema** (aquele da irresponsabilidade social) é a própria estrutura da sociedade por ações. Sua estrutura jurídica encoraja o administrador a maximizar o preço das ações a curto prazo, e o faz limitando sua liberdade de agir responsável e moralmente. O resultado é um **comportamento imoral**" (Gallino)

Os interesses materiais e ideais dos **empregados**, das **comunidades locais**, dos **fornecedores** e do estado do **meio ambiente** estão fora do horizonte decisional da empresa. A crescente "irresponsabilidade" das empresas tem portanto pesadas conseqüências sobre a vida, sobre a existência, das pessoas

2. A Globalização: uma nova relação entre capital e trabalho

A crescente "irresponsabilidade" das empresas (e como consequência – por reação – o crescente interesse em direção à RSE) é devido sobretudo à "Globalização", no contexto da sociedade "pós-moderna"

- O "motor" da globalização é a **economia de mercado**
- A "mundialização" da economia (a criação de uma **economia-mundo**) não é um fenômeno novo na história

A Globalização: uma nova relação entre capital e trabalho

- A verdadeira novidade é a **globalização da organização da produção**.
- Hoje – graças à revolução nos meios e tecnologias de comunicação e de transporte – é possível organizar de maneira trans-nacional em um único processo global não somente o **comércio** ou as **finanças** – como já iniciado há tempos – mas também a **produção** de um bem complexo qualquer que ele seja.

A Globalização: uma nova relação entre capital e trabalho

- É esta **emancipação da produção do território nacional** – mais que a abolição das barreiras comerciais ou a liberalização dos mercados – a **inovação absoluta** do nosso tempo

Jamais o "capital" (não somente financeiro) foi tão global como agora

A Globalização: uma nova relação entre capital e trabalho

Revolução nas relações entre capital e trabalho (Bauman)

- No passado as **relações entre capital e trabalho** tinham por pressuposto uma **dependência recíproca**
- Hoje **o capital está sempre menos ligado ao território**, livre para investir onde se apresentem as melhores condições, instigado por uma vontade de se desvincular sem os constrangimentos da área escolhida anteriormente.
- A relação entre capital e trabalho era um **"casamento até que a morte os separe"**, hoje ao contrario é **"uma convivência até segundo aviso"**.

A Globalização: uma nova relação entre capital e trabalho

- A **empresa pós-moderna** não precisa depender de um determinado espaço físico. Ponderando ter o planeta inteiro à disposição para **transferir rapidamente** os próprios interesses, perdeu de vista a exigência de tutelar com assiduidade os trabalhadores de uma determinada área.
- O advento do capitalismo leve e flutuante é caracterizado pelo **desempenho** e pelo relaxamento dos vínculos que unem capital e trabalho.
- Se estar junto era uma questão de um acordo recíproco e de uma **dependência mútua**, o **desempenho** agora é **unilateral**.

A Globalização: uma nova relação entre capital e trabalho

- O capital – diz Bauman – se livrou da própria dependência do trabalho graças a uma **nova liberdade do movimento** com o qual no passado não podia nem sonhar.
- Reprodução e crescimento do capital, dos lucros e dividendos, e a satisfação dos acionistas se tornaram todos fatores em grande parte **independentes da duração do envolvimento local** com o trabalho
- **O capital se tornou extra-territorial**, leve e livre a um ponto jamais visto anteriormente, e seu nível de mobilidade espacial já adquirido é quase sempre suficiente para se imporem condições aos organismos políticos ligados ao território e a impor-lhe submissão a seus requisitos. Na prática isto significa **menos impostos, menos ou nenhuma regra** e sobretudo um **mercado de trabalho flexível**.

3. O "mal-estar existencial" na sociedade pós-industrial

- Aquilo que em última análise "governa" a economia não é o **sistema de preços** mas o **sistema de valores** da cultura dentro da qual está inserida a economia.
- O sistema de preços é somente um mecanismo para a indicação relativa dos bens e serviços dentro do quadro dos tipos de demanda gerada.
- De acordo com Bell, na **sociedade contemporânea "pós-industrial"** (ou "pós-moderna") estamos em uma profunda transformação do sistema de valores.
- A sociedade pós-industrial carrega consigo um **declínio de valores** que tinham sido, de acordo com Weber, a base do desenvolvimento do capitalismo.

Tranformação do sistema de valores

Da "ética do trabalho" à "ética do consumo"

- Se passa da "**ética do trabalho**":

Parcimônia e frugalidade, ética do trabalho e auto-disciplina, adiamento da gratificação

- à "**ética do consumo**":

hedonismo, gratificação imediata das necessidades, consumismo (sobretudo de bens materiais).

Não haveria mais **conflitos de classes**, mas **conflitos particularizados** em que cada grupo procura ter uma fatia maior da torta.

Promove-se o **consumo** em lugar da **produção**; promove-se o bem-estar **individual** em lugar do **coletivo**.

Tranformação do sistema de valores

Para entender-se, porém, a mudança do sistema de valores (e dos princípios éticos relativos) determinada pelo surgimento (e obviamente também causa) da denominada **sociedade "pós-industrial"** deve-se entender o que existia **anteriormente** a tal sociedade (e o que há **em seu entorno**, porque obviamente nem todo o mundo está vivendo nesta dita sociedade – e economia – pós-industrial).

As diferentes sociedades na história

Na terminologia de Bell:

- sociedade (e economia) **pré-industrial** (ou **agrícola**)
- sociedade (e economia) **industrial**
- sociedade (e economia) **pós-industrial** (chamada também "da **informação**" ou "dos **serviços**")

1. A sociedade pré-industrial (ou agrícola)

- O "**princípio axial**" da **sociedade pré-industrial** ou **agrícola** (aquela dos agricultores e dos pastores-criadores de gado):
relação com a terra (e de maneira mais geral com a **natureza**), quase única fonte de sustento
- Característica fundamental da sociedade pré-industrial: concepção da vida como "**Game against nature**": concorrência, luta contra a natureza

Na sociedade pré-industrial

- Na sociedade pré-industrial **o sentido do mundo** é condicionado pela **dependência dos elementos naturais**: as estações, a qualidade do solo, a quantidade de água, etc.
- O agricultor e o criador sabem que, por mais que seja feito, a vida (e a morte) de suas culturas e rebanhos não dependem somente de si, ou talvez até em pequena monta, porém muito mais da "**natureza**" e das forças "misteriosas" que a governam.

Na sociedade pré-industrial

"Ética da natureza"

- No sentimento sobre o mundo que o circunda, que o homem teve durante milênios, a **natureza** foi sempre vista como uma **realidade divina** da qual esse homem sabe que depende, porque esta lhe impõe o **ritmo do ser** e lhe fixa o **dever ser**.
- **"O homem não inventa as normas de seu próprio agir mas o descobre no estudo de natureza, que é a epifania do divino ou a criação de Deus"**
(Rizzi)

Na sociedade pré-industrial

- Ao confrontar a natureza, há uma relação análoga àquela com o divino: **temor** e **fascinação** (Rudolf Otto)
- **Temor**, o grande temor, de alguma coisa grande e potente, e **desconhecida** ao mesmo tempo, nunca completamente conhecido, sempre "**estranho**", e que sobretudo pode ser **hostil**.
- **Fascinação**, grande fascinação, para a **grandeza**, a fecunda e benigna **potência** à qual devemos direta ou indiretamente nossa própria vida, o indubitável **encanto** da natureza, que parece transcender tudo e portanto gerar quase naturalmente o **sentido do divino**.

Na sociedade pré-industrial

- Neste contexto de clara e íntima **percepção da dependência quotidiana** da própria vida e daquela dos outros da **forças transcendent**es, o **sentimento ético** terá que fazer referência explícita a **Deus**, aos mandamentos e às tradições em última análise de origem divina.
- Este sentimento engloba a idéia de o que seja **fazer o bem** e o que seja **evitar o mal**, e sobretudo em que bases construir as **regras da boa convivência**, ou seja, o próprio **direito**.

2. A sociedade industrial

Na **sociedade industrial** – fruto da aplicação da ciência e da tecnologia – a percepção do divino é quase totalmente excluída, causada pela **crise do significado de divino**, deixando em seu lugar o conseqüente início de uma **ética "secular"** ou leiga.

As origens do **"ateísmo" moderno** foram individualizadas no **Iluminismo** e **Cientificismo** entre 1700 e 1800, que são simultaneamente causa e efeito do **industrialismo**.

Naquele período, uma ética concebida como "se Deus não existisse" levou à ética pública que consentia a convivência pacífica entre "diversos", relegando a religião à vida privada, se ainda existente.

Na sociedade industrial

- O **maquinismo** e o **industrialismo** estenderam às massas as idéias e valores que talvez teriam permanecido confinados a uma elite de cientistas e filósofos.
- As "**máquinas**" e os "produtos" por eles criados são claramente **produto das mãos (e da inteligência) do homem**.
- A **sociedade industrial** é por definição fruto do **mundo "artificial"** das máquinas e dos seus produtos (no sentido etimológico do termo "**artefato**", feito a arte, isto è, com uma vontade e finalidade precisas).

Na sociedade industrial

- Este **mundo do "artificial"** está continuando a crescer até o ponto em que ou se substitui ao **mundo "natural"** ou o redimensiona fortemente e o domina.
- Na sociedade industrial a **luta do homem contra a natureza** (*Game against nature*), se não é totalmente vencida pelo homem, depara-se com uma inversão das relações de força em vantagem do homem.

Na sociedade industrial

- A maior parte das nossas **condições de vida** (trabalho, casa, até a saúde etc.) dependem, sobretudo, não somente do próprio indivíduo, dos diversos sistemas econômicos, políticos e sociais, ou no limite, da humanidade inteira, e das **ações individuais e coletivas**.
- **A nossa vida depende de nós mesmos**. A "natureza" (não "artefata") tem um papel sempre mais secundário.
- Segundo Bell, o "projeto" da sociedade industrial é um "**Game against fabricated nature**", que é centrado nas **relações homem-máquina** e usa a energia para transformar o ambiente natural num ambiente tecnológico.

Na sociedade industrial

- O **sistema de valores** (o **princípio axial**) da sociedade industrial gira ao redor do caráter desejável do **crescimento econômico**; e o **valor cultural da sociedade ocidental** consiste em fomentar o **consumo privado de bens econômicos**.
- A **ética** da sociedade industrial é a "**ética do projeto**"
- "**Natureza**" é **vínculo** e necessidade com a qual regular-se; mas não como uma coisa transcendente, como "destino inevitável", mas como **um material para moldar**.

Na sociedade industrial

- A "**natureza**" é o conjunto das **situações cósmicas e sociais**, na qual o homem se encontra e a qual deve-se levar em consideração.
- Mas "considerar" para o homem moderno não quer mais dizer reconhecer nesta **realidade exterior** os sinais de uma ordem a ser seguida (como a "antiga" natureza); significa **forçá-la aos próprios projetos, transformando-a segundo as próprias intenções**.

Na sociedade industrial

A tecnologia como "paradigma" da sociedade industrial

- Para a sociedade industrial não existe mais uma "**natureza**" mas um **mundo** como uma **reserva de matérias primas** e também **fórmulas matemáticas**.
- Conhecendo sempre mais profundamente estas fórmulas, o "**homo technologicus**" demonstrou ser capaz de elaborar aquelas matérias primas conseguindo possibilidades inéditas, e realmente antes impensáveis.

Na sociedade industrial

- A **Ética do projeto** é uma **extensão do enfoque tecnológico a todo o campo real**: não só à realidade humana biológica mas também àquela social, psíquica, cultural.
- Posso tornar-me **homo faber** não só para o mundo externo mas também perante **mim mesmo**.
- **Princípio produtivo do agir moral é a minha liberdade sem outra medida que si mesma**.
- Ela tem seus limites nos condicionamentos, nas convenções sociais, nas instituições, mas tratam-se de **limites de fato, não de princípio**: não valores e normas aos quais a liberdade possa se sentir vinculada e forçada; porque **é a própria liberdade que se atribui os valores e normas aos quais se adaptar**, com o próprio projeto de existência. (Rizzi).

3. A sociedade pós-industrial

A **sociedade pós-industrial** enfatiza as características da sociedade industrial (**sociedade hiper-industrial**)

- extrema **especialização competitiva** das empresas e países todos em contato num mercado global (a "globalização"),
- **expansão dos serviços** (terciários) às empresas e para o funcionamento dos mercados. A sociedade pós-industrial é sobretudo uma **sociedade do terciário e dos serviços**.

Na sociedade pós-industrial

A **verdadeira sociedade pós-industrial** apresenta também algumas características qualitativamente novas:

- Os **recursos estratégicos** não seriam mais nem as matérias primas, nem as máquinas, a energia ou o capital financeiro, mas o **conhecimento** (obviamente aplicado ao desenvolvimento econômico e social), portanto os recursos humanos e a respectiva formação são determinantes.
- As **"tecnologias estratégicas"** não seriam mais as tecnologias mecânicas, elétricas, químicas, mas as **tecnologias da informação e da comunicação**
- A maioria do **consumo** não seria mais material (alimentação, habitação, automóvel, eletrodomésticos, etc.) mas também e sobretudo **"imaterial"** (informação, cultura, saúde, lazer, etc.)

A ética na sociedade pós-industrial

Que destino está tendo a **ética na sociedade pós-industrial**?

- Segundo alguns, aliás muitos, estaria nascendo (ou renascendo) uma **forte procura pela ética**: nunca como hoje se falou de **bioética**, de **ética dos negócios**, de **ética do meio-ambiente**, de **ética pública**, etc. e um novo **senso do divino** (exemplos citados freqüentemente: New age, Esoterismo, as seitas).

A ética na sociedade pós-industrial

Quais são as **razões** desta nova procura pela ética, uma nova ética, quais são as necessidades às quais corresponde

- A palavra chave è "**insatisfação**"
- A **sociedade industrial** com todos os seus infinitos "objetos", com todo o seu dinheiro que permite comprar (a quem o tem) infinitos "objetos", com o tempo – a longo prazo – **não satisfaz** aos mesmos que podem adquirir sempre mais objetos.
- **As pessoas têm quase tudo e não se contentam!**

A ética na sociedade pós-industrial

"Insatisfação": por quê?

Os **limites estruturais da sociedade industrial** estão emergindo com crescente clareza:

- a produção de infinitos objetos para satisfazer infinitas necessidades hipotéticas se está tornando uma **espiral perversa** que não está conduzindo a lugar nenhum, talvez nem mesmo para satisfazer as necessidades "materiais" de toda a humanidade, já com mais de 6 bilhões de pessoas.

A ética na sociedade pós-industrial

“Insatisfação”: por quê ?

- o **domínio técnico sobre a natureza** está chegando a um tal ponto que ele mesmo se tornou **contra-producente** porque na realidade não é dominável. Chegamos ao paradoxo de que o *conhecimento* da natureza permitiu intervenções sobre a mesma cujos efeitos *não são completamente conhecidos !*
- Existe o risco de iniciar uma espiral perversa na qual os **benefícios** do domínio da natureza sejam amplamente superados pelos **malefícios**, num balanço custo-benefício a longo prazo desconhecido, casual e caótico.

A ética na sociedade pós-industrial

As pessoas “normais” também estraram em contacto com o **lado negativo da sociedade industrial**:

- poluição de todos os tipos,
- trânsito insuportável
- stress, novas doenças
- aumento dos níveis de indignância
- desintegração das relações sociais,
- crescente abismo norte-sul, riqueza-pobreza, etc.

A ética na sociedade pós-industrial

Qual é a **origem da insatisfação** de hoje e da procura pela ética? E em particular da procura por **ética e responsabilidade social das empresas e dos negócios**?

- Segundo Bell, uma **característica importante** da sociedade pós-industrial é o "**Game between persons**", competição entre pessoas.
- Na sociedade de serviços o **interlocutor quotidiano** não é nem a **natureza** nem uma **máquina**, mas sim são e serão sempre outros **homens**.

A ética na sociedade pós-industrial

- Se a **competição** não é entre quem tem mais **terra** ou mais **dinheiro**, mas mais "**conhecimentos**" (para fazer carreira, para inventar e vencer com um novo business), a consequência é que privatizarão o conhecimento, roubarão o conhecimento e as informações, se fará a desinformação e manipulação da informação para conquistar o "cliente" (mas também os "eleitores").
- O **inimigo** (às vezes **aliado**, pouco importa) não é mais a natureza ou a máquina que dominamos ou que nos domina, mas sim...é o **colega-concorrente**, o **cliente**, **fornecedor**, ...o **eleitor!!**

A ética na sociedade pós-industrial

- Na relação com as coisas naturais ou artificiais raramente somos postos em questão **existencialmente**. Pelo contrário, a **luta contra a natureza ou máquinas** suscitou freqüentemente uma formidável **solidariedade** entre os homens (como nas calamidades naturais ou em acidentes se vê claramente).

- **Mas nas relações humanas, poderíamos dizer, se toca a essência da nossa humanidade.**

A ética na sociedade pós-industrial

- Como é possível conceber uma sociedade onde, mais do que na sociedade industrial, **tudo é concorrência entre pessoas e grupos de pessoas**, onde se aprende ainda ao colo da própria mãe que as **relações interpessoais são sobretudo instrumentais**, que sirvo outros ou os outros me servem, que o problema é até que ponto aliar-me e cooperar ou se me convém competir e “abrir guerra” aos outros (em economia, em política, no esporte, nos concursos da televisão, etc. até a conquista do partner sexual...)?

A ética na sociedade pós-industrial

- Na realidade, a sociedade pós-industrial assim concebida seria o **máximo da desumanização: a longo prazo não poderíamos sobreviver existencialmente**.
- Na base da insatisfação existencial da economia pós-industrial não conta só o fato que a longo prazo os objetos não satisfazem nossas necessidades profundas, mas sim o fato que não podemos fundar toda nossa vida sobre relações humanas (o *Game between persons* do qual fala Bell) em prevalência instrumentais e competitivas, nas quais cada pessoa é potencialmente um adversário, e de qualquer modo um "instrumento", nas quais cada relação é só Eu-Ele, ou Eu-Isso (*Ich-Es*, citando Buber).

A ética na sociedade pós-industrial

Sonhamos com uma sociedade "solidária" e precisamos dela, uma sociedade na qual as relações sejam sobretudo de amizade, de afeto, de amor; na qual nos alimentamos existencialmente de relações Eu-Você (Ich und Du), porque – sempre citando Buber – *"em contacto com cada Você, passa por nós a brisa da vida eterna!"*

Para (não) concluir

À luz da sintética análise do contexto econômico-social no qual vivemos e que é considerado como uma **turbulenta transição de uma sociedade industrial (ou moderna) a uma pós-industrial** (“pós-moderna” ou também “da informação”) nos parece que para se entender a grande (e insatisfeita) procura por **Responsabilidade Social da Empresa** e em geral pela ética se deve buscar a resposta em última análise na **mudança do sistema de valores** que estamos vivendo, que interage alimentando e sendo alimentado pelas transformações técnico-econômicas vinculadas ao **capital intelectual**, às **tecnologias da informação** e à **economia de serviços**.

Para (não) concluir

E' este **sistema de valores pós-modernos**

- individualismo
- “curto-prazismo” (enfoque das decisões no curto prazo)
- busca de gratificação imediata
- primazia do consumidor sobre o produtor
- a vida econômica como “*game between persons*”

versão pós-industrial e totalmente dominante do antigo “*Homo homini lupus*” (o homem é o lobo dos homens) que estão criando um crescente **mal-estar existencial** no qual pensamos e a que esperamos responder – também – com uma maior **responsabilidade social da empresa e dos negócios**