



## RESPONSABILIDADE SOCIAL: A BUSCA POR UMA NOVA ÉTICA NA PÓS-MODERNIDADE

*Profa. Ms. Janine Barreira Leandro<sup>1\*</sup>*

*Profa. Ms. Laudemira Silva Rabelo<sup>2\*</sup>*

**Resumo:** A globalização neoliberal permitiu aos três setores econômicos – governo, empresas e sociedade civil organizada – modificarem suas funções e inovarem. O Segundo Setor – empresas - na busca por novos clientes, fidelidade dos atuais e consolidação de sua marca tem adquirido, nos últimos dez anos, funções sócias e principalmente ambientais, que antes eram somente restritas do *Welfare* do Estado. Este artigo tem como objetivo refletir sobre essas ações de Responsabilidade Social frente às novas necessidades de mercado, que traz consigo a busca por uma nova ética na Pós-Modernidade. O conflito de ser socialmente justo e ambientalmente correto se depara com a busca pela sustentabilidade econômica empresarial, que visualiza o lucro em curto prazo. A Responsabilidade Social vem para equilibrar esse tripé, ao revelar que a pobreza impede o desenvolvimento empresarial e lucrar a custo da saúde do planeta impossibilita a sustentabilidade empresarial em longo prazo.

**Palavras-chaves:** Responsabilidade Social, Pós-Modernidade, Ética, Terceiro Setor.

**Abstract:** The neoliberal globalization allowed the three economic sectors - government, companies and organized civil society - to modify its functions and to innovate. The Second Sector - companies - in the search for new customers, allegiance of current and the consolidation of its mark has acquired, in last the ten years, functions partners and mainly ambient, who before were only restricted of the *Welfare* of the State. This article has as objective to reflect on these Social actions for damages front to the new necessities of market, that brings obtains the search for new ethics in After-Modernity. The conflict of being socially just and ambiently correct if comes across with the search for the enterprise economic sustainability, that visualizes the profit in short term. The Social Responsibility comes to balance this tripod, when disclosing that the poverty hinders the

---

<sup>1</sup> Mestre em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará. Professora do Instituto Teológico-Pastoral do Ceará. E-mail: janinebarreira@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal do Ceará. Especialista em Responsabilidade Social pela FIC. Pesquisadora do grupo NEO/ UFC. E-mail: laudemira@yahoo.com.br

enterprise development and profiting the cost of the health of the planet disables the enterprise sustainability in long stated period.

**Keywords:** Social Responsibility, After-Modernity, Ethics, Third Sector.

## **Introdução**

Em tempos de mudanças climáticas, ter consciência de sua responsabilidade pode fazer a diferença no mundo empresarial. Essa idéia até pouco tempo atrás, não faria sentido no mundo empresarial, quando se tinha a certeza de que os recursos eram ilimitados ou a pobreza não afetaria a dinâmica empresarial.

Hoje os consumidores são mais conscientes de seus direitos e cobram mais pela escolha de uma marca além de a globalização neoliberalista ter mudado as funções dos três setores econômicos – Primeiro, Governo; Segundo, Empresas Privadas e surgir o Terceiro Setor, mais conhecido por ONGs.

A necessidade de uma tomada de consciência de seus novos deveres – agora também assistencialista - fez empresas não buscarem somente o lucro, mas incorporar uma ética advinda das novas necessidades de mercado, por meio da Responsabilidade Social Corporativa.

Este artigo busca refletir sobre essas mudanças e diferenciar responsabilidade social de filantropia empresarial, devido a o “marketing” nessa questão ser emergente e algumas vezes enganoso.

## **1 A modernidade e a pós-modernidade**

Vive-se hoje em uma sociedade que se alicerça em novos paradigmas. Alguns a chamam “sociedade informática” (SCHAFF, 1993) e afirmam vivermos na era da informação: outros se referem a ela como “modernidade líquida” (BAUMAN, 2001), ressaltando seu aspecto leve e dinâmico. Os focos dos títulos vão estar centrados em um aspecto da descrição, variando desde processos de informação à globalização da economia, e passando pelas questões de cultura, gênero ou subjetividade, ou seja, oscilam de acordo com o referencial de análise adotado.

O pensar filosófico modificou-se consideravelmente após o fim da Idade Média. Considerando o fim do Feudalismo, o nascimento do Capitalismo e a crise no modelo de pensar o homem e o mundo, o ser humano passou a buscar uma nova identidade. Nesta busca pela sobrevivência do “si mesmo”; por uma referência para a construção de si,

o homem moderno agarrou-se à Razão, exaltando a capacidade humana para explicar e transformar a si e ao mundo. A sentença cartesiana “penso, logo existo!” é emblemática desta fase.

Da Idade Média para a Idade Moderna deu-se a ruptura de uma sociedade cujas reflexões eram teocentradas, para uma sociedade cujas reflexões tornaram-se logocentradas, ou seja, em que o crivo da verdade era concedido pelo *logos*, pela razão. Essa passagem significou o declínio do discurso teológico e a centralidade do discurso na Razão. Se até o fim do século XVII a razão era teocrática, a partir daí o deus passou a ser a Razão. Desde então, tudo e todos, para serem o que são, devem aparecer medidos pela razão, passando essa a dizer e determinar todas as transformações necessárias ao real. Esta passagem trouxe consequência para as formas de pensar o mundo para a construção dos discursos sobre a subjetividade, pois novas possibilidades foram abertas ao ser humano que pensava estar sendo protagonista de uma história de progresso permanente e crescente a qual proporcionaria um desenvolvimento unilinear e progressivo.

Com o tempo, esse próprio paradigma da Modernidade de alicerce eminentemente racional começou também a ser questionado e lançaram-se as bases do que se chama de Pós-Modernidade, considerada aqui como um novo momento da Modernidade: uma espécie de continuação a partir do sentimento de crise e de inadequação dos modelos racionais modernos para o panorama da história atual<sup>3</sup>.

Desde a Grécia Antiga, a trajetória do Ocidente foi o de conferir à razão a condição de elemento básico que caracterizaria o ser humano. Credo cada vez mais no poder da Razão, o homem ocidental utilizou-a para discriminar-se não só dos outros animais, como também da natureza. Porém, os séculos XIX e XX salientaram a imensa capacidade destrutiva do homem, apresentando a humanidade ao seu irracional percurso.

Esses questionamentos são característicos da Pós-Modernidade, visão que veio questionar a Modernidade no que ela tem de essencial, assim como a Modernidade veio questionar as categorias de pensar

---

<sup>3</sup> “Isto quer dizer que estamos passando de uma era de grupos de referência predeterminados a uma outra de comparação universal, em que o destino dos trabalhos de autoconstrução individual está endêmica e incuravelmente subdeterminado, não está dado de antemão, e tende a sofrer numerosas e profundas mudanças” (BIRMAN, 2001, p. 14)

medievais, tendo como grandes representantes Karl Marx, Friedrich Nietzsche e Sigmund Freud. O primeiro tematizando o sujeito coletivo frente à sociedade capitalista, o segundo afirmando a força criadora e destruidora do homem; explicitando o fenômeno da desestruturação ou morte do fundamento (ou horizonte organizador de toda cultura ocidental) e o terceiro, colocando às claras a descoberta de uma instância inconsciente na estrutura do indivíduo humano, quebrando a ilusão do predomínio totalizante da razão.

Algumas transformações histórico-culturais resultaram no aparecimento do termo “Pós-Modernidade”: os rápidos progressos da tecnologia aparecem sob o signo da ambigüidade. Se, de um lado, concorrem para a melhoria das condições de vida, de outro, ameaçam a própria existência da vida sobre o planeta. Quanto à organização política, o Estado, outro grande símbolo da modernização, parece mergulhado numa grande crise no que se refere a sua pretensão de assegurar racionalidade e universalidade; o projeto universalista de assistência e participação social está falido, pois não consegue assegurar o bem-estar social. A falta de satisfação das demandas se traduz em deslegitimação do próprio *Welfare State*, na perda de consenso social e na queda da participação política<sup>4</sup>.

Chega-se, enfim, a admitir a profunda crise dos princípios basilares da Modernidade: a sociedade do trabalho, a representação política e o saber científico. Estes princípios encontram-se, agora, envoltos numa rede de paradoxos. A permanência cede lugar à transitoriedade<sup>5</sup>.

Tudo passa; a obsolescência é planejada; os referenciais desaparecem; os fluxos - de pessoas, imagens, informações, equipamentos etc - são intensificados. O declínio das metanarrativas, dos grandes discursos ideológicos, impede a afirmação de qualquer grande

---

<sup>4</sup> “E assim, o espaço público está cada vez mais vazio de questões públicas. Ele deixa de desempenhar sua antiga função de lugar de encontro e diálogo sobre problemas privados e questões públicas. Na ponta da corda que sofre as pressões individualizantes, os indivíduos estão sendo, gradual mas consistentemente, despidos da armadura protetora da cidadania e apropriados de suas capacidades e interesses de cidadãos” (BAUMAN, 2001, p. 50)

<sup>5</sup> “No espetáculo, imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo [...] O que o espetáculo oferece como perpétuo é fundado na mudança e deve mudar com sua base. O espetáculo é absolutamente dogmático e, ao mesmo tempo, não pode chegar a nenhum dogma sólido. Para ele, nada pára; este é seu estado natural” (DEBORD, 1997, p. 17)

verdade. Isto faz da pós-modernidade o lugar, por excelência, do efêmero, do fugaz; portanto, da incerteza. Percebe-se o incremento dos dispositivos impessoais, que dispensam o sujeito de enunciação, produzindo uma desresponsabilização generalizada.

Tudo muda rapidamente e nada parece seguro; nada parece trazer um chão no qual se apoiar, traçando um horizonte de inusitados dilemas, forçando o homem a interrogar-se sobre sua humanidade e seu ser. Ser humano que, diante de uma incerta existência, assiste com inquietude ao surgir de novos modelos de subjetivação<sup>6</sup>.

Observa-se atualmente o surgimento de uma “moral sem responsabilizados”, ou seja, tudo pode ser feito porque não existe alguém a responsabilizar. Se agirmos bem, melhor para todos; se agirmos mal, não há motivos para preocupações, pois com os recursos disponíveis, haverá sempre uma solução. Sendo assim, parece haver no contexto, dito “pós-moderno”, um retorno para uma nova forma de destino cego, com o progressivo declínio da noção de responsabilidade. Em seu significado etimológico, responsabilidade significa, literalmente, responder por, ou seja, *res pondere*, do latim, colocar a coisa. Que coisa seria esta? Em ética é aquela que importa para a vida de cada um em comum com os outros. (como em *Res publica*, o cuidado com a coisa pública). Se o agente conclui que a ele lhe cabe fazer tudo, é porque também não lhe cabe responder por isso. O ofuscamento da responsabilidade afeta não só a coisa privada, mas em igual medida afeta a coisa pública; pressagia, assim, o fim da república, o fim da política.

Neste sentido, ao tomarmos o exibicionismo como excesso de autonomia, ancorado no pressuposto de que tudo é possível, percebe-se que não há lei ou justiça que tenha consistência para servir de interdito. O que inaugura a responsabilidade é a instância de lei positiva e, em maior

---

<sup>6</sup> Numa ordem social tradicional, o sujeito é regulado pela longa duração das instituições e pela permanência quase ancestral de seu sistema de regras, que lhe oferecem segurança e grandes certezas. A cartografia do mundo, com suas possibilidades e impossibilidades, é traçada com caminhos bastante precisos [...] Conseqüentemente, a experiência originária de desamparo do sujeito fica regulada de maneira eficaz em função da fixidez e da longa duração do sistema de regras [...] Em contrapartida, a modernização do social impõe novas exigências para a subjetividade. Esta deve ser permanentemente remodelada em conseqüência dos processos de transformação contínua da ordem social, que se realizam de maneira intensiva e extensiva [...] Em função disso, o desamparo do sujeito se incrementa bastante, revelando-se o tempo todo como uma ferida exposta e sangrenta. Enfim, o sujeito passa a se inscrever num mundo que lhe abre muitas possibilidades, mas que também lhe aponta muitas impossibilidades existenciais (BIRMAN, 2001, p.78-79)

grau, simbólica. O que origina a responsabilidade é da ordem de uma implicação do próprio sujeito no que lhe acontece, ou seja, que o significado da ação seja apropriado pelo sujeito ao poder se reconhecer naquilo que faz, para que o agente assuma a responsabilidade. Isso só pode ser inscrito na relação com o semelhante, que também ali está como sujeito.

Na sociedade contemporânea, já não basta sermos responsáveis pelo que fizemos ou deixamos de fazer, pois já temos noção suficiente dos limites e possibilidades de nossa ação na vida cotidiana e no meio ambiente. Esta é a consciência da responsabilidade pelo futuro. As conseqüências das ações humanas ampliam-se no espaço, fazendo da Ética uma dimensão autenticamente planetária e, no tempo, projetando a responsabilidade humana sobre o próprio destino e sobre a qualidade de vida das gerações futuras. E o futuro, assim, torna-se responsabilidade para todos.

A nova dimensão da responsabilidade deve implicar que toda ação afeta pessoas ou grupos sociais, o que implica também prever os resultados das ações, isto é, exigir para a futura vida na terra responsabilidade econômica, social e ambiental. E esta nova ética não é diferente quando aplicada ao segundo setor – empresas.

## **2 Responsabilidade social: o novo papel empresarial**

No final do século XX, o papel dos Estados, como nações, em prover o bem-estar social, o controle ambiental e o interesse geral da comunidade diminuíram passando a ser quase apenas fiscalizador, alegando-se a necessidade de capital para investir no mercado globalizado. A sociedade civil, que já vinha com alguns movimentos sociais de assistencialismo, diante desse novo quadro, se organizou - com aval do Estado – e consolidou o Terceiro Setor tomando para si muitas das funções do Estado, agora bem mais ausente - e, ironicamente, sendo fomentado pelos Primeiro e Segundo Setores. Essa mesma sociedade civil exigiu a participação do próprio Mercado – o Segundo Setor - e as empresas tiveram que mudar o seu foco administrativo diante de uma sociedade que pedia para que ela se sentisse inserida na rede social e com funções também sociais, surgindo a Responsabilidade Social Corporativa. Iniciou-se, assim, um grande nó nas ações de cada setor, que hoje se entrelaçam e se confundem.

Essas mudanças nas funções dos três setores não impossibilitaram os impactos negativos da globalização neoliberal como a acelerada

degradação ambiental do planeta através da poluição do ar, solo, rios e mares provocados tanto pela busca incessante do lucro, operada pelo capital, quanto pela procura da sobrevivência, operada por populações marginalizadas.

Nos Estados Unidos a Responsabilidade Social Corporativa teve suas primeiras sementes em 1919, com o julgamento na justiça americana do caso de Henry Ford, presidente majoritário da *Ford Motor Company*, e seu grupo acionista liderado por John e Horace Dodge. Ford, em 1916, não aceitou distribuir parte dos dividendos aos acionistas e investiu na capacidade produtiva, no aumento de salários e em um fundo de reserva para a diminuição esperada de receitas devido à redução dos preços dos carros. A Suprema Corte de *Michigan* decidiu a favor de Dodge, por entender que as corporações existem para o benefício dos acionistas (ASHLEY *apud* TOLDO, 2002).

O marco inicial da Responsabilidade Social no Brasil foi a criação, em 1960, da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), reconheceu a função social da empresa associada. Essa semente passou alguns anos para germinar. Por volta dos anos de 1990, a participação popular e o crescimento das ONGs, embalado pela conferência Eco 92 e pela Campanha Nacional da Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida, conduzida pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, em 1993 e apoiado pelo Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) constituiu o marco da aproximação empresarial com as ações sociais no Brasil.

Em 1998 foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, pelo empresário *Oded Grajew*, um dos funcionários da empresa *Grow Jogos e Brinquedos*, servindo como ponte entre os empresários e as causas sociais. O objetivo principal era disseminar a prática da responsabilidade social empresarial por meio de publicações, experiências, programas e eventos para a sociedade brasileira. Esses movimentos iniciais trouxeram mudanças significativas de pensamento ao mundo empresarial brasileiro, onde tem se consolidado nos últimos dez anos, fazendo com que outros empresários invistam em causas sociais.

## **2.1 Cidadania empresarial – novas estratégias num mercado capitalista**

O mercado mudou, o consumidor está mais consciente e a concorrência mais inovadora. Empresas que queiram continuar no mercado devem hoje ter novas estratégias de sustentabilidade, pois a

sociedade cobra sua participação com ações sociais. Afinal as “[...] empresas não existem sozinhas no vazio. O que acontece à sociedade interessa à empresa. O que acontece à empresa interessa à sociedade” (GRAYSON; HODGES, 2002, p. 41). E por não existirem sozinhas no vazio, como subsistemas da lógica capitalista, para provê-lo e continuar existindo precisam se adaptar às novas necessidades de seus consumidores. Não por bondade, generosidade, mas pela sobrevivência como empresa no sistema mercadológico. Prova disso é a construção da ISO 26.000 – Diretriz Normativa de Responsabilidade Social – a ser lançada, internacionalmente, em 2008 (GRETHER; REIS, 2006).

A crescente participação do Segundo Setor na sociedade deve-se principalmente a suas condições de oferecer respostas ágeis e bem mais rápidas aos problemas da população do que o Governo, pelo fato de as empresas estarem inseridas num setor que pede essa forma de gestão. Cada vez mais a população percebe essas habilidades e cobra por práticas empresárias na solução de seus problemas. Em troca, obtêm-se uma clientela cada vez mais fiel – devido à melhoria de sua imagem.

Oferecer produtos e serviços de qualidade, minimizar danos ambientais que possam estimular os seus funcionários a produzir sempre o seu máximo, gerar novos empregos e pagar os seus impostos podem ser funções restritas a empresas; porém a necessidade de compensar a sociedade e o meio ambiente tem sido nova função das empresas, e os consumidores, de forma geral, têm agradecido a essas práticas, confiando mais nos serviços e produtos dessa nova classe empresarial, gerando um novo tipo de concorrência nesse mercado<sup>7</sup>.

Com o avanço do senso crítico populacional, as empresas privadas não poderiam mais esperar confiança e respeito automático dos futuros consumidores. Houve, então, a necessidade de ADQUIRIR e READQUIRIR continuamente a credibilidade e a autoridade, o que requer um grau mais alto de responsabilidade do que o demonstrado hoje pela maioria das empresas.

A preocupação da responsabilidade social das empresas se manifesta paralelamente ao questionamento dos objetivos e do papel das

---

<sup>7</sup> Ganha força assim a Responsabilidade Social Corporativa que pode ser definida como: [...] é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2007).

mesmas na sociedade. Afinal, numa economia interconectada, os consumidores mais informados são fieis às marcas e organizações que lhes dêem razões para confiar. Isto é continuidade da lógica de mercado capitalista. E a iniciativa privada, como principal força do crescimento e do desenvolvimento é, hoje, o centro das atenções, por ter responsabilidade e outras expectativas de boa conduta à população.

De acordo com Pagliano *et al. apud* Toldo (2002), a prática da responsabilidade social tem como objetivo proteger e fortalecer sua marca oferecendo credibilidade e fidelidade ao cliente além de atrair novos consumidores. Com isso diversas empresas se dizem socialmente responsáveis, mas muitas de suas ações se resumem a filantropia empresarial, por serem atividades pontuais, principalmente e somente em datas específicas do ano – como Natal - e acreditam possuírem responsabilidade social. Diferentemente de Responsabilidade Social, a filantropia caracteriza-se como doações esporádicas de recursos financeiros, materiais ou humanos sem o menor comprometimento, planejamento, monitoramento ou avaliação de suas ações<sup>8</sup>.

### **Considerações Finais**

Desse modo, as transformações no mercado e na sociedade reorganizaram a distribuição dos papéis de cada ator social no alcance do bem comum do sistema mercantilista. A sociedade civil tem incorporado cada vez mais sua participação nas temáticas dos problemas sociais, antes restritos ao Estado, juntamente, e mais recentemente ainda, com as empresas privadas. Embora cada um dos setores tenha o seu motivo para estar e não estar nessa empreitada.

Tudo está em rede, cada um com sua função na sociedade, mesmo que seja ainda dentro da lógica mercadológica – mas por meio de soluções locais, menos impactantes e indiretamente fomentadores do global e da continuidade do regime capitalista.

---

<sup>8</sup> O Instituto Ethos explicita melhor a questão:

A filantropia é basicamente uma ação social externa da empresa, que tem como beneficiária principal a comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não-governamentais, associações comunitárias etc) e organizações. A responsabilidade social é focada na cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), cuja demanda e necessidade a empresa deve buscar entender e incorporar aos negócios. Assim, a responsabilidade social trata diretamente dos negócios da empresa e de como ela os conduz. (INSTITUTO ETHOS, 2007)

## Referências:

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BIRMAN, Joel. *Mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação*. 5 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DUPAS, Gilberto. *Ética e poder na sociedade da informação*. 2º ed. São Paulo: EdUnesp, 2001.
- GRAYSON, David; HODGES, Adrian. *Compromisso social e gestão empresarial*. São Paulo: Publifolha, 2002.
- GRETHER, Ana Paula; Lisangela da C. Reis. *2ª Videoconferência Nacional ISO 26.000 – Diretriz Normativa de Responsabilidade Social*. Fortaleza: 27 nov. 2006. 34 slides. Power Point.
- INSTITUTO ETHOS. 2007. *Perguntas freqüentes*. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=pt-BR> Acesso em: 22 set. 2007.
- RUSS, Jaqueline. *Pensamento ético contemporâneo*. São Paulo: Paulus, 1999.
- SCHAFF, Adam. *A sociedade informática*. 4 ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- TOLDO, Mariesa. Responsabilidade Social Empresarial. *In: Responsabilidade Social das empresas: a contribuição das universidades*. 1. ed. São Paulo: Petrópolis, 2002. p.71-102.

\* *Profa. Ms. Janine Barreira Leandro*

Mestre em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará - UECE.  
Professora do Instituto Teológico-Pastoral do Ceará - ITEP.  
[janinebarreira@yahoo.com.br](mailto:janinebarreira@yahoo.com.br)

\**Profa. Ms. Laudemira Silva Rabelo*

Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal do Ceará. Especialista em Responsabilidade Social pela FIC  
Pesquisadora do grupo NEO/UFC  
[laudemira@yahoo.com.br](mailto:laudemira@yahoo.com.br)