

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Especialização em Psicologia do Trabalho

**UMA LEITURA DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
EMPRESARIAL: DIVERSIDADE E INCLUSÃO.**

Cristiane Siqueira da Rocha Lage

Belo Horizonte

2011

Cristiane Siqueira da Rocha Lage

**UMA LEITURA DAS PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL
EMPRESARIAL: DIVERSIDADE E INCLUSÃO.**

Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Psicologia do Trabalho da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Psicologia do Trabalho.

Orientadora: Ana Amélia Cyprestes Faria

Belo Horizonte

Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas

2011

AGRADECIMENTOS

Aos entrevistados, que dedicaram um tempo de seu dia para me receber e trouxeram elementos importantes para as discussões sobre as ações de Responsabilidade Social Empresarial.

Aos colegas e funcionários do Núcleo de Prevenção à Criminalidade de Belo Horizonte, que me proporcionaram momentos de alegre convivência e troca riquíssima de experiências. Em especial as colegas do Presp, Adriana e Cristiane Merllo.

Ao coordenador do Programa de Reintegração Social do Egresso do Sistema Prisional, Saulo Rodrigues de Moraes, pela oportunidade de ser referência do Projeto Regresso e a confiança sempre demonstrada.

A parceria cotidiana do Instituto Minas Pela Paz na execução das atividades do Projeto Regresso, em especial ao Enéas.

A Ana Amélia, professora e orientadora que com sua vivacidade apresentou ao curso de especialização novas realidades, sempre aliando a teoria e a prática, o que foi fundamental para esse trabalho.

Aos colegas da especialização que com suas diversas experiências enriqueceram as discussões. A Andréia e Dani, pelos momentos de alegria e descontração.

A minha família e aos amigos de longa data, sempre presente em todos os momentos.

Um agradecimento especial a todos os egressos do sistema prisional, atendidos, encaminhados, empregados, que trouxeram para minha vida pessoal e profissional uma nova realidade, e reforçaram minha crença no trabalho como instrumento de autoconstrução e realização pessoal.

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo fazer uma análise crítica das práticas de responsabilidade social empresarial, principalmente as que dizem respeito à inclusão da diversidade, adotadas por uma multinacional, tecendo uma discussão a partir das vivências no Programa de Reintegração Social de Egressos do Sistema Prisional (Presp) com a inclusão desses egressos no mercado de trabalho. Foi realizada uma pesquisa de campo de caráter exploratório na empresa Gama e uma revisão da literatura sobre responsabilidade social empresarial e a inclusão da diversidade nas organizações, visando compreender o conceito e as ações divulgadas pelas empresas. A partir da bibliografia sobre o tema, analisamos os dados colhidos na empresa Gama, através de entrevistas e documentos, apresentando a experiência realizada pelo Presp de inclusão de egressos no mercado de trabalho, colaborando assim para as discussões sobre a inclusão de minorias no mercado formal de trabalho, buscando na Psicologia do Trabalho subsídios para compreender a importância do trabalho como instrumento de transformação e inclusão social.

Palavras chave: Responsabilidade Social Empresarial; Diversidade; Inclusão de Egressos do Sistema Prisional.

ABSTRACT

This study aimed to make a critical analysis of corporate social responsibility practices, especially those relating to the inclusion of diversity, adopted by a multinational, stimulating a debate on the interface of the experiences in the Programa de Reintegração Social de Egressos do Sistema Prisional (Presp) with the inclusion of such graduates in the labor market. We conducted a field study of exploratory nature and range the company reviewed the literature on corporate social responsibility and inclusion of diversity in organizations, to understand the concept and the actions reported by companies. From the literature on the subject, we analyzed data collected in the company range, through interviews and documents, bringing the experience held by the Presp inclusion of graduates in the labor market, thus contributing to discussions on the inclusion of minorities in the formal work, through the Psychology of Work knowledge in order to importance of work as an instrument of transformation and social inclusion.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Diversity, Inclusion of former convicts.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1.1- Objetivo Geral	4
1.2- Objetivos Específicos	4
1.3- Percorso Metodológico.....	5
CAPÍTULO 1 - RESPONSABILIDADE SOCIAL	9
1.1- Desdobramentos Históricos	9
1.2- No contexto Brasileiro	14
1.3- Em Minas Gerais	18
1.4- Conceito de Responsabilidade Social Empresarial	21
CAPÍTULO 2 – A INCLUSÃO DA DIVERSIDADE	30
2.1 - Respeito ao indivíduo: A Inclusão da Diversidade	30
CAPÍTULO 3- O TRABALHO COM O EGRESSO DO SISTEMA	
PRISIONAL	34
3.1- O Egresso do Sistema Prisional e o Trabalho do Programa de Reintegração Social do Egresso do Sistema Prisional (PRESP)	34

CAPÍTULO 4- A POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA GAMA	36
4.1- Constatações e análises	36
4.2- As Políticas para o Público Interno na Empresa Gama e a Prática da Diversidade	41
CAPÍTULO 5- PROJETO REGRESSO	50
5.1- Uma Forma de Inclusão da Diversidade?	50
CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57

INTRODUÇÃO

O presente estudo surge da constatação de que, apesar do avanço nas discussões sobre a inclusão da diversidade e da adoção de políticas de inclusão de grupos socialmente discriminados, como deficientes físicos, egressos do sistema prisional, entre outros, por algumas organizações, essas práticas ainda são incipientes e encontram entraves em sua efetivação.

Fato corroborado pela pesquisa¹ sobre Responsabilidade Social no Brasil, realizada por dois institutos de referência no assunto - Akatu e Ethos – que, em 2004, identificou onde as organizações têm investido mais e quais ações não têm sido foco das empresas. Um dos pontos que nos chama a atenção nessa pesquisa diz respeito à contratação de egressos do sistema prisional, que nunca foi discutido por 79% das empresas.

Outra pesquisa² realizada pelos mesmos institutos mostra que entre as ações mais valorizadas pelos consumidores para que a empresa seja considerada responsável socialmente, as práticas relacionadas ao direito das relações de trabalho aparecem entre as mais citadas. Dessa forma, políticas que visam a igualdade de oportunidades, a redução das disparidades salariais, o combate ao trabalho infantil e a garantia de remuneração que atenda às necessidades do trabalhador, favorecem a aceitação da empresa pelos consumidores.

A inclusão de minorias no mercado formal de trabalho e as políticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas já foram estudadas por alguns autores (BAHIA, 2006; MYERS, 2003; SARAIVA & IRIGARAY, 2009;

¹ Pesquisa: “Responsabilidade Social Empresarial: Um Retrato da Realidade Brasileira”. 2004. Disponível em: http://www.akatu.org.br/akatu_acao/publicacoes/responsabilidade-social-empresarial

² Pesquisa: “Responsabilidade Social das Empresas. Percepção do Consumidor Brasileiro”. 2010. Disponível em: http://www.akatu.org.br/central/noticias_akatu/2010/pesquisa-responsabilidade-social-das-empresas-percepcao-do-consumidor-brasileiro-2013-2010

FLEURY, 2002), porém numa perspectiva mais administrativa e com foco na gestão dessa política dentro das organizações.

Esse estudo surge como uma tentativa de compreender a inclusão da diversidade pelo viés da psicologia do trabalho e busca contribuir para as discussões a respeito do tema responsabilidade social empresarial.

Ao longo de dois anos de trabalho no Programa Reintegração Social do Egresso do Sistema Prisional (Presp), temos nos deparado com histórias de vidas permeadas pela exclusão social, criminalidade e pela busca de oportunidades para o retorno ao convívio social e à cidadania. O trabalho, principal instrumento da sociabilidade humana, inscreve-se como importante fator de inclusão social e agente de transformação na vida desses sujeitos.

O trabalho com o egresso do sistema prisional se aproxima e, ao mesmo tempo, põe em xeque a responsabilidade social das organizações, a partir da proposição da Lei 18.401/09 que dá início ao Projeto Regresso e incentiva – através da concessão de benefícios econômicos - as empresas a ofertarem vagas de emprego formal para os egressos.

Dessa forma, esse trabalho buscou investigar as práticas de responsabilidade social empresarial voltadas para o público interno, principalmente as que dizem respeito à inclusão da diversidade, relacionando os dados encontrados na empresa pesquisada com a vivência de inclusão de egressos do sistema prisional no mercado de trabalho.

O tema torna-se relevante já que, cada vez mais, as empresas divulgam ações de cunho social e é crescente a influência de tais ações no comportamento do consumidor; conseqüentemente nos resultados da organização.

Investir em ações de caráter social, para públicos internos e externos, passou a fazer parte do discurso organizacional e está presente na maioria dos planos de gestão das empresas. Essas ações favorecem a imagem da organização, sua atratividade e competitividade, gerando valor para o negócio e colaborando para a sustentabilidade empresarial.

A responsabilidade social, apesar de amplamente divulgada, ainda não encontra nos meios acadêmico e empresarial um consenso, uma conceituação e definição clara de seus limites. (FILHO, 2007)

O termo pode ser utilizado para definir diversas ações praticadas por empresas, pelo Estado ou por outras instituições que tragam benefícios para a sociedade. Aqui utilizaremos a nomenclatura responsabilidade social empresarial por se tratar de um trabalho acerca do tema no contexto empresarial.

Como aponta Gomes e Moretti (2007), as empresas adotam ações de responsabilidade social como uma forma de dar respostas a demandas sociais; assim destacam-se projetos que visam à educação e qualificação de crianças e jovens, atuação em comunidades, promoção de ações culturais, dentre outras.

O investimento social privado tornou-se uma frente de atuação importante das empresas, que veem nessas ações uma forma de gerar valor e atratividade para sua marca e seus produtos. Assim, foram criadas normas, certificados, índices que medem o desempenho social das empresas.

Nesse turbilhão de informações, projetos, patrocínios, Gomes e Moretti (2007) salientam dois pontos por trás das ações de responsabilidade social que atendem as necessidades da empresa: novas formas de fixação da marca, através da divulgação de tais ações e formação de um novo mercado, consumidor e gerador de mão de obra. Ser considerada uma empresa responsável socialmente influencia a forma como o consumidor vê a organização, além de propiciar benefícios fiscais e tornar os produtos mais competitivos.

A partir da bibliografia sobre o tema, analisamos os dados colhidos na empresa Gama, através de entrevistas e documentos, e apresentamos a experiência de inclusão de egressos no mercado de trabalho realizada pelo Presp.

Em um primeiro momento fizemos um levantamento da evolução histórica da responsabilidade social empresarial, seus desdobramentos no

Brasil e em Minas Gerais, incluindo sua conceituação e a questão da diversidade nas organizações.

Posteriormente, apresentamos o trabalho do Presp e a política de responsabilidade social empresarial adotada pela empresa Gama, assim como uma leitura sobre o Projeto Regresso.

Concluimos com alguns conceitos sobre o trabalho e as perspectivas que a inclusão da diversidade traz para a empresa e os sujeitos.

1.1 - Objetivo Geral

Analisar as práticas de responsabilidade social empresarial, principalmente as que dizem respeito à inclusão da diversidade, buscando compreender as razões pelas quais as empresas realizam tais ações.

1.2 - Objetivos Específicos

- a) Revisar a literatura sobre responsabilidade social empresarial e a inclusão da diversidade nas organizações;
- b) Conhecer as práticas de responsabilidade social empresarial adotadas pela empresa Gama através de entrevistas e análise de documentos;
- c) Apresentar a experiência realizada pelo Presp de inclusão de egressos do sistema prisional no mercado de trabalho e o Projeto Regresso.

1.3 - Percurso Metodológico

O presente estudo é uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, baseada na aplicação de entrevistas em profundidade. Tem o intuito de compreender a realidade a partir do relato, dos elementos trazidos pelos entrevistados, evitando-se assim a via especulativa.

Dessa forma, foi eleita uma empresa que aqui será chamada de Gama, devido à sua expressividade em número de práticas relacionadas à Responsabilidade Social Empresarial e ao fato de possuir uma fundação que gere seus projetos nessa área.

A empresa é uma multinacional, presente em 61 países e com 51 fábricas no Brasil. Possui uma política bem estruturada de Responsabilidade Social, que engloba compromissos nas áreas de meio ambiente, público interno, comunidades, governança, relação com fornecedores e clientes, e com a sociedade. É também signatária de acordos internacionais como o pacto global³ (*Global Compact*) e as metas do milênio⁴.

³Acordo internacional proposto pela Organização das Nações Unidas em 1999 às empresas que pretendem conciliar os interesses do mercado aos ideais dos Direitos Humanos, considerando os impactos sociais e ambientais produzidos pela globalização. É constituído por dez princípios: Direitos Humanos (1- Respeitar e proteger os direitos humanos; 2- Impedir violações de direitos humanos), Princípios de Direitos Trabalhista (3- Apoiar a liberdade de associação no trabalho; 4- Abolir o trabalho forçado; 5 -Abolir o trabalho infantil; 6- Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho), Princípios de Proteção Ambiental (7- Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais; 8- Promover a responsabilidade ambiental; 9- Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente) e Princípio contra a Corrupção (10- Lutar contra toda forma de corrupção.produzida pela globalização)

⁴ Resultado de um encontro da Assembleia do Milênio, ocorrida em 2000, promovida pela ONU e com a presença de chefes de Estado e de governo, que resultou na aprovação da Declaração do Milênio e estabeleceu um conjunto de objetivos para o desenvolvimento e a erradicação da pobreza no mundo. Constitui-se de oito objetivos de Desenvolvimento do Milênio (1 - Erradicar a extrema pobreza e a fome; 2 - Atingir o ensino básico universal; 3 - Promover a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres; 4 - Reduzir a mortalidade infantil; 5 - Melhorar a saúde materna; 6 - Combater o HIV /AIDS, a malária e outras doenças; 7 - Garantir a sustentabilidade ambiental; 8 - Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento), que devem ser alcançados até 2015. (LOUETTE, Anne, 2007, p.48)

Também se recorreu a Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), em especial ao Núcleo de Responsabilidade Social, a fim de buscar um panorama do tema no estado de Minas Gerais.

Além disso, o trabalho de inclusão de egressos no mercado de trabalho, realizado pelo Programa Reintegração Social de Egressos do Sistema Prisional, da Secretaria de Estado de Defesa Social, será utilizado como contraponto à teoria e aos dados colhidos nas entrevistas e nos documentos (balanços sociais, cartilhas, sites, entre outros) da empresa.

A metodologia qualitativa de caráter exploratório foi escolhida por permitir a formulação de questões, esclarecer conceitos e aumentar a proximidade com o tema e as práticas de responsabilidade social adotadas pela empresa. (LAKATOS & MARCONI, 2005).

Durante os meses de agosto e setembro de 2010 foram realizadas duas entrevistas semiestruturadas nas dependências da empresa Gama. Uma na fundação que gere as ações de responsabilidade social da empresa, em especial as relacionadas às comunidades de entorno de suas fábricas, e a outra na sede do RH da empresa. Em ambas buscou-se conhecer o discurso da empresa em relação às práticas de responsabilidade social e as ações por ela realizadas.

O primeiro contato com a empresa Gama deu-se com o setor de comunicação que, posteriormente, indicou uma jornalista na fundação da empresa. Após os primeiros esclarecimentos sobre o objetivo da pesquisa, a funcionária agendou prontamente uma data para a visita.

No dia marcado, a jornalista, que aqui será chamada de Sofia⁵, utilizou uma apresentação da empresa, que normalmente faz parte do processo de integração de novos funcionários e, a partir desse instrumento foram esclarecidas algumas questões sobre as políticas empresariais.

⁵ Nome fictício.

Após ter uma visão geral da política de responsabilidade social da companhia, fui orientada a buscar o RH corporativo para conhecer melhor as práticas voltadas para os funcionários.

Como havia um foco específico - práticas de RH voltadas para o respeito ao indivíduo e para a valorização da diversidade, fui direcionada para o setor que responde diretamente por isso. Não foi possível entrevistar a funcionária com maior experiência nessa área, já que esta havia saído da empresa.

Então, após várias tentativas, consegui agendar uma entrevista com Rafael⁶, advogado, há dois anos na empresa, atuando principalmente com a inclusão de deficientes físicos.

Nas duas ocasiões utilizou-se um gravador e um questionário com os pontos a serem abordados, que foi seguido somente na entrevista com o representante do RH, já que este teve dificuldade em abordar e aprofundar alguns pontos, por exemplo, a implantação e execução das políticas de responsabilidade social dentro da empresa.

Lalanda (1998) esclarece a importância das apreciações sociológicas serem calcadas nos fatos, sendo a entrevista em profundidade um instrumento privilegiado de análise da realidade. O momento da coleta de dados e o instrumento utilizado (gravador) podem ser tanto um facilitador como uma barreira para a compreensão da realidade factual e da análise científica. Quando se está no ambiente da empresa, mesmo com fácil acesso à realidade, pode haver interferências de outras pessoas, ou mesmo um incômodo por parte do entrevistado em ter suas respostas gravadas.

Além disso, ressalta Lalanda (1998), é necessário que o entrevistador estabeleça um laço de confiança, e, citando Mayer (1995), esteja disponível para o outro, porém também deve conhecer o meio onde se realiza a pesquisa de campo e ter um olhar crítico sobre o mesmo.

⁶ Nome fictício

A entrevista em profundidade (compreensiva) permite abordar, de um modo privilegiado, o universo subjectivo do actor, ou seja, as representações e os significados que atribui ao mundo que o rodeia e aos acontecimentos que relata como fazendo parte da sua história. Essa subjectividade é, para o sociólogo, não um mero reflexo da individualidade desse actor, mas de um processo de socialização e de partilha de valores e práticas com outros, ou seja, resulta de uma intersubjectividade. (*sic*) (LALANDA, 1998, p. 875)

No caso pesquisado, é possível perceber, a partir do discurso do entrevistado, a cultura organizacional na qual está inserido, assim como as práticas e valores disseminados pela empresa, que serão abordados no quarto capítulo.

Por fim, a entrevista em profundidade é um instrumento de coleta de informação sobre como o indivíduo vivencia o seu cotidiano, em que o discurso individual aponta para uma dimensão do contexto social, institucional, de representações e modelo em que o indivíduo em causa se insere. (LALANDA, 1998).

Nessa pesquisa não pretendemos realizar generalizações, apenas compreender uma parte da realidade, dialogando com outros estudos e com a teoria já construída sobre o tema responsabilidade social empresarial.

Uma das limitações encontradas na pesquisa de campo foi a impossibilidade de entrevistar o funcionário responsável por trabalhar o tema diversidade relacionado às práticas de RH na empresa Gama, já que, como apresentado, a funcionária responsável pela área acabara de sair e a outra pessoa que assumiu o cargo não se sentiu à vontade para dar a entrevista, alegando ainda não estar familiarizada com o tema.

A entrevista com Rafael deixou algumas lacunas, já que este se mostrou muito reticente em falar sobre as práticas da empresa. Fez diversos questionamentos em relação ao objetivo da entrevista e para quê ela seria utilizada. Também não entrou em detalhes sobre as políticas da empresa, aparentando desconhecê-las. Porém, não podemos deixar de aventar a possibilidade de que o entrevistado omitiu certos detalhes para proteger a imagem da empresa.

Outro ponto a ser levantado diz respeito à revisão bibliográfica. A maior parte dos estudos sobre o tema responsabilidade social está relacionada à gestão e tem como foco, principalmente, a inclusão da diversidade como um fator de valorização e melhoria da imagem pública da empresa, além de ser uma ferramenta para promover a criatividade e reter talentos. Ou seja, com a inclusão da diversidade em seus quadros, as empresas agregam valor à sua marca, conseguindo melhorar a produção e a lucratividade. Poucos estudos avaliam a real contribuição social da inclusão “dos diferentes” para minimizar o preconceito e a discriminação, como será abordado no capítulo seguinte.

CAPÍTULO 1 - RESPONSABILIDADE SOCIAL

1.1- Desdobramentos Históricos

Percorrendo a História observamos como as empresas modificaram a forma de se relacionar com os funcionários e com a sociedade: no século XIX, exploravam a mão de obra infantil, exigiam jornadas exaustivas de trabalho e destruía o meio ambiente. Hoje, oferecem “benefícios”, respeitam o consumidor e preservam o meio ambiente. Essa mudança é fruto da necessidade das empresas em se adequarem às demandas da sociedade para sobreviver às sucessivas crises do sistema capitalista.

Como aponta Araújo (2006), no século XXI o mercado tornou-se cada vez mais exigente, globalizado e mutante, pois a progressiva liberalidade do mercado, a formação de mercados comuns; a união de países em blocos econômico-comerciais e áreas de livre comércio; o aumento do consumo virtual; e a necessidade de lidar com consumidores mais críticos e exigentes,

fizeram com que a concorrência entre as empresas ficasse muito mais acirrada.

Para sobreviver a esse contexto, as empresas buscam agregar valor a seu produto através de investimentos em qualidade, melhorias na produção, no relacionamento com o cliente, fornecedores, funcionários e com a comunidade, num movimento designado como responsabilidade social empresarial.

Tenório *et al.* (2006) assinala que a atuação social empresarial surgiu no início do século XX com o filantropismo e, com o esgotamento do modelo industrial e desenvolvimento da sociedade pós-industrial, o conceito evoluiu, passando as empresas a incorporar os anseios dos agentes sociais em seus planos de negócio. A partir daí, desenvolvem-se conceitos como voluntariado empresarial, cidadania corporativa, responsabilidade corporativa e desenvolvimento sustentável.

Esses autores dividem a análise da responsabilidade social empresarial em dois períodos: do início do século XX até a década de 1950 e a abordagem contemporânea, que se estende da década de 1950 até os dias atuais.

No primeiro período, dominado pela ideologia econômica do liberalismo de Adam Smith, Malthus, David Ricardo e Stuart Mill, a sociedade vivia a transição da economia agrícola para a industrial, com um incremento de tecnologia e aplicação da ciência na organização do trabalho mudando o processo produtivo. Assim,

A visão clássica da responsabilidade social empresarial incorporava os princípios liberais, influenciando a forma de atuação social das empresas e definindo as principais responsabilidades da companhia em relação aos agentes sociais da época. (TENÓRIO *et al.*, 2006)

A interferência do Estado na economia, segundo o liberalismo, deveria ser mínima, pois seria um obstáculo à concorrência, elemento essencial ao desenvolvimento econômico e cujos benefícios seriam repartidos para toda a sociedade. (TENORIO *et al.*, 2006).

A função social da empresa era buscar a maximização dos lucros, gerando empregos e pagando seus impostos. Ao Estado cabiam as ações sociais, a promoção da concorrência e proteção da propriedade. (TENORIO *et al*, 2006).

Friedman (1985), citado por Tenorio *et al*. (2006), expressa bem o que era entendido por função social da empresa nesse período: usar seus recursos e aumentar seus lucros, participando de uma competição livre e aberta.

Nesse período, o incremento de tecnologia e a aplicação da ciência na organização do trabalho alteram o processo produtivo, de forma que o trabalhador, que antes dominava todas as etapas da produção, passa a realizar apenas uma parte da tarefa. Passamos assim do trabalho artesanal para a especialização da tarefa, o que contribuiu para ampliar as discussões sobre a responsabilidade social empresarial, sobretudo no que tange às obrigações empresariais em relação aos trabalhadores. (TENORIO *et al*, 2006).

A administração científica surge como produto desse processo objetivando aumentar a produtividade e diminuir o desperdício na produção, aplicando a ideologia liberal no chão de fábrica. Taylor, Ford e Fayol são os seus principais idealizadores.

A administração científica tentou eliminar o “tempo ocioso” dos trabalhadores e substituir os métodos empíricos pela ciência, aumentando assim a eficiência de produção. (...) A “administração científica” foi uma tentativa de formalizar as experiências e as habilidades tácitas dos trabalhadores em conhecimento científico e objetivo. No entanto, não encarava as experiências e os julgamentos dos trabalhadores como uma fonte de novos conhecimentos (...). (NONAKA & TAKEUCHI, *apud* TENORIO *et. al*, 2006, p. 16)

Dessa forma, era exigida dos trabalhadores cada vez mais produtividade a fim aumentar os lucros. Apesar desse crescimento da produção e da acumulação de capital, o liberalismo não estimulava a prática de ações sociais pelas empresas.

(...) no início do século XX, a responsabilidade social limitava-se apenas ao ato filantrópico, que inicialmente assumia caráter pessoal, representado pelas doações efetuadas por empresários ou pela criação de fundações, como a Ford, a Rockefeller e a Guggenheim.

Posteriormente, com as pressões da sociedade, a ação filantrópica passou a ser promovida pela própria empresa, simbolizando o início da incorporação da temática social na gestão empresarial. (TENORIO *et al*, 2006, p. 16).

Além disso, a industrialização nesse período gerou uma série de problemas sociais e ambientais, como a precariedade das relações de trabalho (longas jornadas, baixos salários, ausência de legislação trabalhista e previdenciária, mecanização do ser humano) e a intensificação de problemas ambientais (poluição química, barulho, falta de água), que contribuíram para a degradação da qualidade de vida da população.

A sociedade começa a se manifestar exigindo que o governo e as empresas solucionem os problemas gerados pela industrialização, influenciando e exercendo certo controle das atividades empresariais. Assim, o conceito de responsabilidade social empresarial amplia-se, passando a incorporar anseios da sociedade em relação ao cumprimento de obrigações legais trabalhistas e ambientais, e não só em relação à geração de empregos, ao pagamento de impostos e à geração de lucro. Ford foi um dos primeiros a compreender essas transformações nas obrigações da empresa com os agentes sociais e a implementar medidas como salário mínimo e jornada de trabalho máxima de 8 horas. (TENORIO *et al*, 2006).

Deste modo, a responsabilidade social empresarial, até a década de 1950, adquire dimensão estritamente econômica e é entendida como a capacidade empresarial de geração de lucros, criação de empregos, pagamento de impostos e cumprimento de obrigações legais, sendo essa a representação clássica do conceito. (TENORIO *et al*, 2006).

O segundo período diz respeito a uma nova forma de relacionamento do Estado com a economia, que se dá após a depressão econômica de 1929 nos Estados Unidos e a implementação do New Deal pelo então presidente norte-americano Roosevelt, que limitava as práticas liberais.

Após a intervenção do Estado na economia, que perdura até a década de 1970, a economia americana passa por um processo de crescimento e de acumulação de capital. Esse período é marcado pelo pensamento Keynesiano

e seus efeitos contribuem para a consolidação do modelo industrial e para sua superação na década de 1950, com o desenvolvimento da sociedade pós-industrial.

Como aponta Tenório *et al* (2006), esses acontecimentos geraram uma série de questionamentos da sociedade em relação ao objetivo da maximização de lucros das empresas e do papel das companhias nessa nova sociedade, assim como uma ampliação do conceito de responsabilidade social empresarial.

Dessa forma, esse período foi marcado por uma redução das incertezas, o que facilitou o investimento em tecnologia, acumulação de capital e consolidação do modelo de produção em massa pelas empresas. Além disso, a transição no modelo de produção resultou em mudanças nos valores da sociedade.

Toffler, citado por Tenório *et al* (2006), explicita bem essa mudança de valores, ao afirmar que a sociedade industrial buscava, basicamente, o sucesso econômico; já a sociedade pós-industrial, ainda segundo Toffler, busca o aumento da qualidade de vida, a valorização do ser humano, o respeito ao meio ambiente, a organização empresarial de múltiplos objetivos e a valorização das ações sociais, tanto das empresas quanto dos indivíduos.

O conceito de responsabilidade social empresarial contemporânea está então, relacionado aos valores da sociedade pós-moderna e, “há o entendimento de que as companhias estão inseridas em um ambiente complexo, onde suas atividades influenciam ou têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade” (TENÓRIO *et al*, 2006, p. 20), o que requer das empresas a incorporação de objetivos sociais em seus planos de negócio, como forma de integrar as companhias à sociedade.

Galbraith, citado por Tenório *et al* (2006), analisa esse período e apresenta o novo modelo de empresa, chamada por ele de “companhias amadurecidas”, que não se limita a maximização dos lucros, tem objetivos mais amplos e necessidade crescente de capital, planejamento e profissionais

qualificados. Essas companhias exercem uma influência grande na sociedade pós-industrial,

Ela sozinha pode empregar o capital que se requer; pode, sozinha, mobilizar as aptidões necessárias. Pode também fazer algo mais. A grande inversão de capital e organização muito antes do resultado requer que haja previsão e que se tomem também todas as medidas exequíveis para impedir que o que se previu se torne conhecido. Dificilmente se poderia duvidar que a General Motors poderia influenciar melhor o mundo em torno de si – os preços e salários pelos quais ela compra, e os preços pelos quais vende – do que um comerciante de armarinho. (GALBRAITH, *apud* TENORIO *et al*, 2006, p. 20).

O crescimento das companhias nesse contexto está diretamente ligado à capacidade da administração em articular os interesses da sociedade, empregados, acionistas, governo e outros agentes em seu plano de negócio. As empresas começam a entender que para crescer devem investir em seus funcionários e nas comunidades onde atuam, pois sua sustentabilidade a longo prazo está estritamente relacionada ao desempenho de seu pessoal, à sua capacidade de produção, à exploração racional dos recursos e ao consumo de seus produtos pela sociedade.

1.2- No Contexto Brasileiro

No Brasil, como apontam Lima *et al* (2005), a difusão do conceito de responsabilidade social das empresas é ainda muito recente. As primeiras discussões sobre o tema datam de meados da década de 1970, protagonizadas pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) – Brasil⁷. No primeiro momento a intenção era debater sobre o balanço social⁸,

⁷ A ADCE Brasil é uma entidade constituída de empresários cristãos, que possui como fundamento de suas práticas os princípios estabelecidos pela doutrina social da Igreja. (LIMA *et al*, 2005)

⁸ Balanço social ou relatório de sustentabilidade é um instrumento de comunicação destinado a todos os *stakeholders*, com o objetivo de divulgar a prestação de contas sobre os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas atividades. (ANDRADE, 2009)

porém o tema levava necessariamente para a dinâmica da responsabilidade social.

Nesse período foram realizados seminários, congressos, palestras e colóquios em torno da responsabilidade social das empresas. O pioneirismo da ADCE - Brasil marca a importância de se pensar a dinâmica social das empresas no Brasil.

Dessa maneira, o valor social, aqui entendido como valor que representa o compromisso social da empresa, deve ser encarado como assunto estratégico nas agendas das empresas, o que possibilitará, talvez, um avanço na busca de uma consciência do empresariado em relação a suas responsabilidades sociais. (LIMA *et al*, 2005, p. 69)

Assim sendo, a responsabilidade social empresarial começa a ganhar espaço e as empresas brasileiras, além de se informar sobre o tema, passam a ver a necessidade de avaliar qual seu nível de comprometimento com a causa, iniciando a discussão acerca do retorno a ser alcançado através dos investimentos sociais.

Contudo, será no fim da década de 1990 que ocorrerão os principais avanços na área da responsabilidade social empresarial no Brasil. Nesse período, nota-se um incremento de produções acadêmicas, surgimento de premiações (Selo Empresa Cidadã, Top Social ADVB, Prêmio Eco, Prêmio Balanço Social, Selo Empresa Amiga da Criança e outros) e fundação de organizações com a finalidade de difundir o tema, como: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (1998), Instituto de Cidadania Empresarial (ICE), Conselho de Cidadania Empresarial do Estado de Minas Gerais (FIEMG), Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), entre outros. (LIMA *et al*, 2005).

Além disso, a difusão do movimento da responsabilidade social empresarial contou com uma grande exposição na mídia, ao mesmo tempo em que as ONG's surgiam e o governo incentivava iniciativas de participação social. A legitimação das iniciativas empresariais, do terceiro setor e

governamentais, se deu em 1995, no governo Fernando Henrique Cardoso, com a criação da Comunidade Solidária, que facilitou as parcerias entre instituições públicas e privadas. (GOMES & MORETTI, 2007)

Os trabalhos nesse período, segundo Gomes e Moretti (2007), focavam os aspectos operacionais e estratégicos da responsabilidade social empresarial, e analisavam a razão do movimento sob a ótica da globalização e da exclusão social. Entretanto, havia pouca reflexão crítica sobre o tema sendo, nesse período, poucas as pesquisas de campo.

No começo dos anos 2000, principiava a tentativa de classificar as iniciativas sociais empresariais de investimento social privado, diferenciando-se assim da designação tradicional de filantropia e caridade, que perpetuam a imagem do empresário paternalista.

A primeira pesquisa oficial sobre a responsabilidade social empresarial publicada no Brasil foi realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Ipea, em 2000. Intitulada *Ação Social das Empresas no Brasil*, a pesquisa mostrou que das 6.214 empresas pesquisadas, 59% estavam envolvidas com algum tipo de projeto social. Nas empresas com mais de 500 empregados esse número foi ainda mais expressivo, 88% declararam promover ações sociais. (GOMES & MORETTI, 2007)

Ainda segundo a pesquisa, os investimentos em assistência social e outros benefícios para a comunidade somaram 4,7 bilhões de reais. Em relação às regiões do país, o Sudeste apareceu com 67% das empresas que realizavam projetos sociais, seguido pelo Nordeste (55%), Centro-Oeste (50%), Norte (49%) e Sul (46%). O setor de comércio liderou com 61% de suas empresas apresentando projetos sociais, seguido pela área industrial (60%) e pelo setor de serviços (58%).

As ações desenvolvidas para a comunidade estavam relacionadas principalmente à assistência social (54%), alimentação e abastecimento (41%), atenção às crianças (62% das ações) e famílias (49% das ações).

Entre os motivos pelos quais as empresas declararam realizar ações sociais, destacaram-se: objetivos humanitários (76%), melhora das condições da comunidade local (38%), atender outras entidades (33%) e melhorar a imagem da empresa (26%).

Por fim, o fato de 53% das empresas doarem os recursos diretamente às pessoas ou às comunidades indica que há uma ausência de sistematização de programas sociais mais abrangentes e que extrapolem a filantropia assistencial. (GOMES & MORETTI, 2007)

Como vimos, a pesquisa demonstra que os esforços para divulgação do tema da responsabilidade social empresarial surtiu efeitos positivos em todas as regiões do país e, apesar de algumas empresas, principalmente as pequenas, adotarem ações que se aproximam da filantropia, as grandes já apresentam programas estruturados, com investimento e planejamento interno das atividades de responsabilidade social empresarial. (GOMES & MORETTI, 2007)

Várias outras pesquisas foram e têm sido publicadas sobre o tema no Brasil, porém ainda não é claro o que seria tal responsabilidade e como deveria ser implementada nas organizações. Ainda prevalecem discursos que exaltam a benevolência das empresas ou a divulgação de obrigações legais, como a contratação de deficientes físicos, proteção ao meio ambiente, como práticas de responsabilidade social empresarial.

Por isso, Lima *et al* (2005) enfatizam a necessidade de mudança na maneira de fazer negócio que desconsidera suas repercussões no tempo e no espaço.

(...) sem considerar os direitos dos stakeholders da empresa (...), teremos a perspectiva mais frágil e reducionista para a responsabilidade social empresarial, a da benevolência empresarial, e – por que não? – a mais inofensiva ao status quo do modo de fazer negócio. (LIMA *et al*, 2005, p. 78)

1.3- Em Minas Gerais

Minas Gerais, maior estado da região Sudeste e segundo mais industrializado do Brasil, além de grande produtor agrícola, destacando-se na produção de café, feijão, milho e frutas, apresenta um parque industrial diversificado, com predomínio da indústria de minérios como ferro, ouro, cimento e aço; automobilística e de autopeças e de móveis; é um dos estados mais ricos do país. Além disso, destaca-se pela produção de leite, carne bovina, ovos e carne de frango, e pelo turismo em suas cidades históricas. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009)

Contudo, apesar da enorme prosperidade, Minas, como outros estados do país, ainda convive com grande desequilíbrio social e econômico. Visando atuar no desenvolvimento social e mobilizar as empresas e a sociedade e acompanhando as tendências e discussões em torno da responsabilidade social empresarial, surge no ano 2000 o Conselho de Cidadania Empresarial da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG).

Além de empresários, o conselho era formado por representantes da sociedade, do terceiro setor, das universidades e igrejas. O objetivo inicial era a formação de uma rede de responsabilidade social que se ampliasse pelo estado, através da realização de seminários, eventos e palestras de sensibilização e capacitação, para posterior criação de núcleos de cidadania corporativa em dez regionais da Federação das Indústrias no interior de Minas Gerais. Concomitantemente, a FIEMG passou a disseminar a proposta do voluntariado, através do Programa Voluntários das Gerais. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009)

Da atuação conjunta entre a equipe do Programa Voluntários das Gerais e do conselho de cidadania, foram produzidos materiais, ações e metodologias. Dessa parceria surge a proposta de convocar as empresas do estado para um dia de ação voluntária. Foi esse evento que despertou a atenção nacional para

o tema do voluntariado e ficou nacionalmente conhecido como DIA V. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009)

Desde 2001, o DIA V começou a ser realizado no primeiro domingo de dezembro em todo o estado de Minas Gerais, dia em que empresas, pessoas e outras organizações (escolas, igrejas, sindicatos) se mobilizam para realizar diversas atividades visando beneficiar as comunidades. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009)

As práticas de voluntariado são vistas pelas empresas não apenas como instrumento de intervenção nos problemas sociais e exercício da responsabilidade social empresarial, mas também como vetores relevantes para o avanço da competitividade das organizações, seja pela melhoria do ambiente interno de trabalho, seja pela consolidação de sua imagem institucional. Áreas como educação, saúde e meio ambiente são alvo prioritário dos projetos de voluntariado corporativo, tendo crianças, adolescentes e os núcleos familiares como principais beneficiários dos investimentos. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009, p. 140)

Em 2007, após seis anos de realização, o DIA V contabilizou o envolvimento de 53.336 voluntários e a participação de 611.000 pessoas em 4.413 ações. Atualmente, o DIA V é realizado em 15 estados brasileiros. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009)

O Conselho de Cidadania da FIEMG foi se reestruturando e hoje presta serviços às indústrias no tema da responsabilidade social empresarial, e trabalha com a sensibilização (seminários, eventos), o aprofundamento de atitudes e práticas (produção de material didático, publicações, cursos, oficinas), a articulação e construção de parcerias da agenda global (atuação com órgãos públicos e privados) e a responsabilidade social no Sistema FIEMG. (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009)

Segundo pesquisas do IPEA⁹ publicadas em 2004¹⁰ e 2005¹¹, Minas Gerais destaca-se como o estado pesquisado que apresenta maior número de empresas (81%) que fazem doações ou executam projetos para o combate à pobreza.

A pesquisa “Ação social das empresas do Sudeste: quem são e onde estão, em 2003?”¹² (IPEA,2004), traz dados sobre o investimento social das empresas de Minas Gerais se comparadas aos outros estados da região. Podemos destacar:

- Apenas 19% das empresas mineiras declararam não realizar qualquer ação para a comunidade;
- 66% das empresas mineiras declaram participar em ações sociais para seus empregados;
- 37% das empresas mineiras declaram realizar ações direcionadas ao combate à fome;
- Apenas 13% das empresas mineiras declaram não ter realizado qualquer ação social em 2003.

⁹ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

¹⁰ “Ação social das empresas do Sudeste: quem são e onde estão, em 2003?”. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/acaosocial/article8a6a.html?id_article=114

¹¹ “A Iniciativa Privada e o Espírito Público – A Evolução da Ação Social das Empresas Privadas nas Regiões Sudeste e Nordeste”. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/acaosocial/IMG/pdf/doc-23.pdf>

¹² Foram consideradas nessa pesquisa como ações sociais empresariais para as comunidades qualquer atividade de caráter voluntário, desde doações até projetos estruturados. Já para o público interno, foram consideradas ações não previstas em lei, como investimentos em saúde, educação, qualificação profissional, redistribuição de lucros, etc.

Podemos perceber que há em Minas Gerais um grande envolvimento em ações sociais por parte das empresas, porém, como afirma a equipe do Núcleo de Responsabilidade Social da FIEMG,

o processo é mais lento do que gostaria e acredita que poderia realizar muito mais, porque o potencial nesse campo é muito grande e há muito ainda para ser transformado. Por exemplo, no campo do desenvolvimento da consciência ética e da gestão socialmente responsável das empresas, especificamente na aplicação dos indicadores de RSE, ainda há muito para se avançar (REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL, 2009, p. 147).

Um dos fatores apontados pela equipe do Núcleo como essenciais nesse processo é a participação dos líderes, já que ainda hoje há dificuldade de acesso e pouca disponibilidade desses em se envolver com as questões sociais.

Além desse relatório produzido pela Rede ACE que traz as principais atividades e ações realizadas no estado de Minas Gerais, principalmente pela FIEMG e da pesquisa do IPEA, não foi encontrado outro documento que trouxesse mais dados específicos sobre as políticas e ações de responsabilidade social realizadas pelas empresas mineiras.

1.4- Conceito de responsabilidade social empresarial

A primeira menção ao termo responsabilidade social surge no início do século XX, num manifesto assinado por 120 empresas inglesas, que tratava do equilíbrio entre os interesses públicos e dos acionistas. Em 1906, nos Estados Unidos, Charles Eliot apresenta a ideia do que seria a responsabilidade social por parte das empresas. Porém, esse trabalho não gerou nenhum movimento de responsabilidade social. (GOMES & MORETTI, 2007).

Nesse trabalho interessa-nos entender o conceito de responsabilidade social na sociedade pós-industrial, por isso nos ateremos aos estudos publicados após 1950.

Nos Estados Unidos, em 1953, um julgamento torna pública a discussão sobre a responsabilidade social das empresas. O grupo de acionistas da empresa A.P. Smith Manufacturing Company entra com uma ação questionando a doação de recursos à Universidade de Princeton. A justiça americana apoia a doação de recursos à universidade, estabelecendo em lei a filantropia corporativa e determinado que uma corporação pode buscar o desenvolvimento social. (ASHLEY, 2005; REIS & MEDEIROS, 2007; FILHO, BENEDICTO & CALIL, 2008).

A partir de então, defensores da ética e da responsabilidade social corporativa passaram a argumentar que, se a filantropia era uma ação legítima da corporação, então outras ações que priorizam objetivos sociais em relação aos retornos financeiros dos acionistas seriam de igual legitimidade, como o abandono de linhas de produtos lucrativas, porém nocivas ao ambiente natural e social. (ASHLEY, 2005, p. 46)

No meio empresarial e acadêmico dos Estados Unidos começa uma discussão sobre a importância da responsabilidade social pela ação de seus dirigentes e administradores. Em seguida, no final da década de 1960, a discussão toma a Europa com autores como Bowen, Mason, Chamberlain, Andrews e Galbraith. (ASHLEY, 2005)

A publicação de “Social Responsibilities of the Businessman”, de Howard R. Bowen, em 1953, é considerada o marco inicial do período moderno da literatura do tema responsabilidade social empresarial. (CARROL *apud* ANDRADE, 2009)

E, a partir da década de 1970, os trabalhos sobre a responsabilidade social ganham destaque.

Nesse contexto, segundo Tenório *et al* (2006), Preston e Post propõem o termo responsabilidade pública, reconhecendo que as empresas têm impacto e

interferem na sociedade ao desenvolverem suas atividades, sendo a responsabilidade social uma função da gestão das organizações no contexto da vida pública.

Carroll amplia esse conceito e propõe a pirâmide de responsabilidade social empresarial composta por quatro pilares, as dimensões: econômica, legal, ética e filantrópica. (TENÓRIO *et al*, 2006)

Posteriormente, surge o conceito de “responsividade” social, ancorado na ideia de que a empresa deve responder às demandas sociais para sobreviver, adequando o comportamento corporativo às necessidades sociais. O conceito de responsabilidade social passa então a ser entendido como fundamental para a continuidade dos negócios na sociedade. (TENÓRIO *et al*, 2006).

A seguir é desenvolvida a teoria do *stakeholder*, que traz para a estrutura teórica da responsabilidade social uma leitura sistêmica, segundo a qual as companhias interagem com vários agentes, agindo sobre o meio ambiente e recebendo influência deste. (TENÓRIO *et al*, 2006)

Na década de 1980, de acordo com os pressupostos econômicos vigentes – globalização e retorno da ideologia liberal – o conceito de responsabilidade social modifica-se ganhando contornos a favor do mercado. Nesse contexto, o mercado é o principal regulador e fiscalizador das atividades empresariais; aos consumidores cabe protestar ou boicotar as empresas que degradam o meio ambiente ou desrespeitem os direitos sociais. (TENÓRIO *et al*, 2006)

Srour, citado por Tenório *et al* (2006), descreve a relação entre mercado e responsabilidade social empresarial na atualidade:

A bem da verdade, em ambiente competitivo, as empresas têm uma imagem a resguardar, uma reputação, uma marca. E, em países que desfrutam de estados de direito, a sociedade civil reúne condições para mobilizar-se e retaliar as empresas socialmente irresponsáveis ou inidôneas. Os clientes, em particular, ao exercer seu direito de escolha e ao migrar simplesmente para os concorrentes, dispõem de uma indiscutível capacidade de dissuasão, uma espécie de arsenal

nuclear. A cidadania organizada pode levar os dirigentes empresariais a agir de forma responsável, em detrimento, até, das suas convicções íntimas. (SROUR, *apud* TENORIO *et al*, 2006, p. 24)

Assim, além da intervenção das empresas no campo social, a sociedade começa a se mobilizar e surgem organizações não governamentais, com o intuito de minimizar as desigualdades sociais.

Na década de 1990, é a ideologia neoliberal que continua a conduzir o debate sobre a responsabilidade social empresarial que, segundo Tenório *et al* (2006), deu origem ao conceito elaborado pelo World Business Council for Sustainable Development, segundo o qual a responsabilidade social empresarial faz parte do desenvolvimento sustentável que é composto pelas dimensões econômica, ambiental e empresarial e tem como objetivo alcançar crescimento econômico, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, através da preservação do meio ambiente e do respeito ao desejo dos diversos públicos, conseguindo, dessa forma, o respeito e a admiração dos consumidores, sociedade e fornecedores.

Desse modo, ter sustentabilidade tornou-se fator imprescindível para o sucesso das empresas, já que sua imagem e seus lucros estão diretamente ligados à forma com que se relacionam com os diversos stakeholders - diretos (acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, comunidade e meio ambiente) e indiretos (governos, grupos da sociedade, instituições não governamentais, mídia, mundo acadêmico, associações comerciais). Como aponta o Glossário de Cidadania, publicado pela FIEMG em 2010,

A sustentabilidade tem três amplos componentes, geralmente descritos como “as pessoas, os lucros e o planeta”, os aspectos “sociais, econômicos e ambientais”. A necessidade de as empresas darem conta dessas três dimensões tem sido resumida no conceito de triple bottom line. Além desses três componentes, há ainda outro elemento no processo para a sustentabilidade que diz respeito à accountability (prestação de contas), transparência e envolvimento com os stakeholders. (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS, 2010, p.44)

Como vemos, o discurso e o entendimento sobre o tema responsabilidade social são amplos e suscitam diversas abordagens, em sua maioria focada nos objetivos econômicos do negócio.

Alguns autores (Nichels, Wood, 1999, *apud* Reis & Medeiros, 2007) delegam um caráter altruísta à empresa, afirmando que estas devem dar uma contribuição para a sociedade. Já outros (Jaramillo; Angel, *apud* Ashley, 2002) restringem o compromisso da empresa, afirmando que esta não deve se preocupar com a sociedade como um todo, apenas com o bem-estar dos empregados, suas famílias e comunidade. Esses autores focam o compromisso e a atitude da empresa perante a sociedade. (REIS & MEDEIROS, 2007)

Outros autores (Churchill & Peter, 2000, *apud* Reis e Medeiros) definem a responsabilidade social como uma obrigação das empresas e a aproximam de uma questão ética.

O caráter obrigatório e ético da responsabilidade social das empresas, mesmo que não previsto legalmente, faz-se necessário em face às consequências sociais que podem advir, perante a sociedade e a opinião pública, de decisões e ações tomadas pelas empresas que levem em consideração apenas os interesses econômicos. É nisso que reside o sentido de obrigatoriedade e não das demandas sociais que afetam a sociedade. (REIS & MEDEIROS, 2007, p. 12)

Podemos observar que não há um consenso sobre o tema, “o termo responsabilidade social, muito embora esteja no novo vocabulário da empresa, não está plenamente definido e não encontrou um grau de estabilidade semântica” (GOMES & MORETTI, 2007, p. 3), sendo ainda um termo em construção.

Encontramos outros termos - filantropia corporativa, filantropia estratégica, cidadania corporativa - que ora são utilizados como sinônimos de responsabilidade social, ora como práticas adotadas pelas empresas.

Quando se fala de filantropia, além da clássica doação de recursos financeiros, materiais ou oferecimento de serviços à comunidade ou instituições sociais, há a vinculação de objetivos empresariais, principalmente o

fortalecimento da marca e o relacionamento com os grupos de interesse. Nesse ponto, o marketing¹³ é peça chave para a divulgação de ações e criação de “mais-valia social”, já que agrega ao produto valores e interesses dos diversos *stakeholders*. (GOMES & MORETTI, 2007; REIS & MEDEIROS, 2007)

Gomes e Moretti (2007), citando um estudo de Allan Williams (2005), sugerem que as empresas realizam ações de responsabilidade social e as divulgam para demonstrar que estão agindo de acordo com o gosto e a preferência de seus clientes.

O que o marketing social não revela, entretanto, é que tais ações criarão um valor excepcional à mercadoria, que denominamos de “mais-valia social”. Esse é de fato o papel do marketing atrelado às práticas de responsabilidade social. (GOMES & MORETTI, 2007, p. 50)

Apesar do caráter interesseiro dos investimentos em ações sociais pelas empresas, Andrade (2009) ressalta que tanto a responsabilidade social empresarial, como o marketing social, visam à melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Atualmente, fala-se de cidadania corporativa para conceituar o envolvimento da empresa a um contexto global, em que deve haver uma preocupação gerencial em relação a todos os públicos com os quais a organização se relaciona, levando-se em consideração o impacto de seus produtos e serviços. (REIS & MEDEIROS, 2007)

Além disso, a cidadania corporativa traz outro elemento, a governança corporativa, baseada nos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e ética. Refere-se ao modo como as empresas trabalham, à forma como são dirigidas e monitoradas com o intuito de contribuir para o desenvolvimento e continuidade da organização, beneficiando as partes interessadas. (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS, 2010).

¹³ Marketing é a atividade, conjunto de instituições, bem como os processos de criação, comunicação, entrega e troca de bens e serviços que tenham valor para a organização e seus clientes, parceiros e sociedade em geral (AMERICAN MARKEING ASSOCIATION, 2008, apud ANDRADE, 2009, p. 50)

Finalmente, chegamos ao conceito de responsabilidade social corporativa, que pode, segundo Tenório *et al* (2006), ter três interpretações distintas. A saber:

- Cumprimento de obrigações legais e comprometimento com o desenvolvimento econômico (abordagem industrial);
- Envolvimento da empresa em atividades comunitárias, assumindo um compromisso com a sociedade, visando a melhoria da qualidade de vida da população;
- A empresa assume uma série de compromissos com todos os envolvidos em seu processo produtivo: clientes, fornecedores, funcionários, comunidades, meio ambiente e sociedade.

Essa última abordagem tem sido a mais utilizada atualmente e, em consonância com esta, utilizaremos neste trabalho a definição de responsabilidade social adotada pelo instituto Ethos:

Responsabilidade Social Empresarial 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 DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2009, p.5)

A Responsabilidade Social Empresarial, segundo o Instituto Ethos, organiza-se em sete tópicos:

1. **Valores, Transparência e Governança:** Baseia-se na ideia de que os valores e princípios éticos formam a base da cultura de uma empresa, orientando sua conduta e fundamentando sua missão social. A adoção de uma postura clara e transparente no que se refere aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas

atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas ações. Divide-se em dois itens:

1.1. *Autorregulação da Conduta*: compromissos éticos, enraizamento na cultura organizacional e governança corporativa;

1.2. *Relações Transparentes com a Sociedade*: relações com a concorrência, diálogo e engajamento das partes interessadas (*stakeholders*) e elaboração do balanço social.

2. **Público Interno**: Baseia-se na ideia de que a empresa socialmente responsável não só cumpre as leis trabalhistas, mas investe no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, empenhando-se para a melhoria das condições de trabalho e estreitamento da relação com os empregados. Além disso, deve respeitar as culturas locais, relacionando-se ética e responsabilmente com as minorias e com as instituições que as representam. Divide-se em três itens:

2.1. *Diálogo e Participação*: relações com sindicatos e gestão participativa;

2.2. *Respeito ao Indivíduo*: compromisso com o futuro das crianças; compromisso com o desenvolvimento infantil; valorização da diversidade; compromisso com a não discriminação e promoção da equidade racial; compromisso com a equidade de gênero e relações com trabalhadores terceirizados;

2.3. *Trabalho Decente*: política de remuneração, benefícios e carreira; cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho; compromisso com o desenvolvimento profissional e com a empregabilidade; comportamento ético nas demissões e preparação para a aposentadoria.

3. **Meio Ambiente**: Baseia-se no princípio de que as empresas relacionam-se com o meio ambiente causando impactos de diferentes tipos e intensidades. A empresa socialmente responsável deve gerenciar suas atividades identificando esses impactos, procurando minimizar os que são negativos e ampliando aqueles positivos. Divide-se em dois itens:

- 3.1. *Responsabilidade com as Gerações Futuras*: compromisso com a melhoria da qualidade ambiental e educação, desenvolvimento de ações que visam à conscientização ambiental;
- 3.2. *Gerenciamento do Impacto Ambiental*: gerenciamento do impacto no meio ambiente e do ciclo de vida de produtos e serviços, sustentabilidade da economia florestal e minimização da entrada e saída de materiais.
4. **Fornecedores**: Baseia-se na ideia de que a empresa socialmente responsável relaciona-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando para o aprimoramento de suas relações de parceria. Além disso, tem o papel de fortalecer a cadeia de fornecedores, disseminando seu código de conduta e apoiando o desenvolvimento dos fornecedores. Apresenta o seguinte item:
- 4.1. *Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores*: critérios de seleção e avaliação de fornecedores, política de erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado (ou análogo ao escravo) na cadeia produtiva e apoio ao desenvolvimento de fornecedores.
5. **Consumidores e Clientes**: Baseia-se no princípio de que a empresa deve se alinhar aos interesses do cliente e satisfazer suas necessidades, requerendo da organização o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis. Apresenta apenas um item:
- 5.1. *Dimensão Social do Consumo*: política de comunicação comercial, excelência do atendimento e conhecimento e gerenciamento dos danos potenciais de produtos e serviços.
6. **Comunidade**: Baseia-se na ideia de que o local em que a empresa está instalada fornece-lhe infraestrutura e o capital social (empregados e parceiros), que são fundamentais para a viabilização de seus negócios. Assim, a empresa deve, em contrapartida, investir em ações que tragam benefícios para a comunidade. Divide-se em dois itens:

6.1. *Relações com a Comunidade Local*: gerenciamento do impacto da empresa na comunidade de entorno e relações com organizações locais;

6.2. *Ação Social*: financiamento da ação social e envolvimento com a ação social.

7. **Governo e Sociedade**: Baseia-se no princípio de que a empresa socialmente responsável deve relacionar-se com o poder público de forma ética e responsável, cumprindo as leis e mantendo intercâmbios com seus representantes para a melhoria das condições sociais e políticas do país. Divide-se em dois itens:

7.1. *Transparência Política*: contribuições para campanhas políticas, construção da cidadania pelas empresas e práticas anticorrupção e antipropina;

7.2. *Liderança Social*: liderança e influência social e participação em projetos sociais governamentais.

(INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2010; CHAVES & ASHLEY, 2005, P. 30-36)

CAPÍTULO 2- INCLUSÃO DA DIVERSIDADE

2.1- Respeito ao Indivíduo: A Inclusão da Diversidade

Na década de 1990, as modificações advindas da globalização, do multiculturalismo e da ampliação das discussões acerca da igualdade de direitos entre homens e mulheres, brancos e negros, e outras minorias discriminadas, promoveram na sociedade avanços na forma de pensar e agir em relação à diversidade.

No Brasil, de acordo com Myers (2003), esses desenvolvimentos aliados às reivindicações do movimento negro e do movimento sindical trouxeram à tona questões de discriminação e diversidade racial, provocando um diálogo nacional em torno do tema. Os setores públicos, privados e terceiro setor começaram a buscar alternativas para diminuir a discriminação e abranger a diversidade racial que marca o país.

Algumas ações afirmativas, como cotas raciais em universidades e ministérios, começaram a surgir instigando ainda mais o debate. Diante do contexto nacional e da disseminação de políticas e práticas de diversidade vindas de países estrangeiros, as empresas brasileiras começaram a adotar medidas que atendessem aos anseios da sociedade.

Atualmente, o tema diversidade em responsabilidade social tem sido amplamente divulgado e valorizado pelas empresas brasileiras, porém na prática as iniciativas ainda são incipientes e estão mais relacionadas ao cumprimento de obrigações legais, como a inclusão de deficientes físicos.

Neste trabalho, nosso interesse é entender as práticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas em relação ao público interno, com ênfase no respeito ao indivíduo e, especificamente, o tratamento das diversidades.

Antes de tudo é necessário definir o que entendemos por diversidade, já que é um termo amplo que contempla múltiplos aspectos, como sexo, idade, grau de instrução, grupo étnico, religião, origem, raça e língua. (FLEURY *apud* OLIVEIRA & RODRIGUEZ, 2004).

Há diversos conceitos de diversidade; por exemplo, de acordo com o Glossário de Cidadania, publicado pela FIEMG, pode ser entendida como um

Princípio básico de cidadania que visa assegurar, a cada um, condições de pleno desenvolvimento de seus talentos e potencialidades, considerando a busca por oportunidades iguais e respeito à dignidade de todas as pessoas. A prática da diversidade representa a efetivação do direito à diferença, criando condições e ambientes em que as pessoas possam agir em conformidade com seus valores individuais. E que engloba a questão racial, de gênero, de opção sexual, dos portadores de deficiência, de idade, de crença,

etc. (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS, 2010, p.18)

Essa definição proposta é bem ampla e enfatiza a diversidade como um direito, porém há concepções, como a de Alexim, citado por Bahia (2008), que distinguem o interesse econômico da empresa e o da sociedade com a prática da diversidade.

Para Alexim (1999), o conceito de diversidade, a partir do interesse econômico das empresas, visa à adequação a um mercado mais exigente em termos de imagem e desempenho, aglutinando eficiência e compromisso social; e, sob o ponto de vista da sociedade, visa à superação das práticas discriminatórias e de exclusão. (BAHIA, 2008, p.2)

A partir da pesquisa bibliográfica, uma definição que nos pareceu mais coerente com os objetivos desta pesquisa é a proposta por Thomas, citado por Oliveira e Rodriguez (2004), que alarga o conceito para além da raça ou do gênero e inclui fatores organizacionais, como a função e o tempo de serviço

A diversidade inclui todos, não é algo que seja definido por raça ou gênero. Estende-se à idade, história pessoal e corporativa, formação educacional, função e personalidade. Inclui estilo de vida, preferência sexual, origem geográfica, tempo de serviço na organização, status de privilégio ou de não privilégio e administração ou não administração. (THOMAS, *apud* OLIVEIRA & RODRIGUEZ, 2004, p. 3834)

A prática da diversidade nas empresas, como mostra o manual “Como as Empresas Podem (e Devem) Valorizar a Diversidade”, publicado pelo Instituto Ethos em 2000, está em sua maioria relacionada à adequação a exigências sociais e melhoria da imagem organizacional com a finalidade lucrativa.

No Brasil, torna-se cada vez mais evidente para as empresas a importância de tratar a diversidade com primazia em sua agenda de responsabilidade social e de considerá-la um tema decisivo para seu desempenho organizacional. A diversidade pode tornar-se, internamente, um sinônimo de qualidade de vida no trabalho. Nas relações externas – com parceiros, consumidores e sociedade –, a adoção da diversidade como um princípio de atuação agrega valor à imagem da empresa. Essa iniciativa demonstra que ela está alinhada às expectativas e demandas da sociedade e que assume a sua

Segundo os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social (2010), a valorização da diversidade (indicador 11) diz respeito à obrigação ética das empresas em combater todas as formas de discriminação negativa e valorizar as oportunidades oferecidas pela riqueza da diversidade de nossa sociedade. Para isso a empresa deve:

- Seguir rigorosamente a legislação referente ao tema do preconceito e da discriminação negativa, declarando-se contra comportamentos discriminatórios e que não promovam igualdade de oportunidades no ambiente interno e na relação com seus clientes, fornecedores e comunidade de entorno;
- Promover a diversidade por meio de normas escritas que proíbam práticas discriminatórias negativas, regulando os processos de seleção, admissão e promoção, assim como a mobilidade interna e orientar sobre o encaminhamento de possíveis denúncias;
- Possuir normas escritas e canais para possíveis denúncias contra práticas discriminatórias negativas, realizar treinamentos e seminários de conscientização específicos sobre o tema e utilizar indicadores para apontar áreas problemáticas e estabelecer estratégias de recrutamento e promoção;
- Estender essas ações a toda a cadeia produtiva e participar de fóruns de valorização de segmentos em desvantagem como negros (pretos e pardos), mulheres, pessoas com deficiência e pessoas acima de 45 anos de idade, entre outros segmentos e situações.

(INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2010)

CAPÍTULO 3- O TRABALHO COM O EGRESSO DO SISTEMA PRISIONAL

3.1- O Egresso do Sistema Prisional e o Trabalho do Programa de Reintegração Social do Egresso do Sistema Prisional (PRESP)

Juridicamente, egresso do sistema prisional é todo aquele que recebeu uma pena privativa de liberdade e está nas condições de liberado definitivo (até um ano após liberação do sistema prisional) ou liberado condicional (durante o período de prova).

Contudo, ser egresso do sistema prisional é carregar uma série de representações sociais e vivências subjetivas de exclusão e estigmatização. Assim,

(...) as pessoas egressas do sistema prisional refletem, na perspectiva social, o mesmo grau de exclusão da população brasileira. O agravante é que, além deste padrão de exclusão social, somam-se aos egressos do sistema prisional novas características: a qualidade de criminoso, a subjetividade afetada pela vivência de reclusão, as relações sociais corroídas pela distância imposta pela prisão, o estigma de violência-criminalidade reforçada na condição de sujeito do sistema prisional. (SECRETARIA DE ESTADO DE DEFESA SOCIAL, 2009, p. 171)

O Programa Reintegração Social do Egresso do Sistema Prisional faz parte da política de prevenção à criminalidade do Governo de Minas Gerais, e tem como objetivo acolher as pessoas que já cumpriram medida de privação de liberdade, provendo o que estipula a Lei de Execuções Penais no seu artigo 25, que trata da assistência ao egresso, que consiste na orientação e apoio para reintegrá-lo à vida em liberdade, através do atendimento social, psicológico e jurídico e na concessão, se necessário, de auxílio alimentação.

Além dessa assistência básica, o Presp busca promover o acesso a direitos sociais, reduzir fatores estigmatizantes, apresentar alternativas para o

cumprimento de condicionalidades, etc. Entre suas ações podemos destacar: o atendimento individual e em grupo; a orientação social, psicológica e jurídica; a avaliação e o encaminhamento para serviços especializados de assistência social, assistência à saúde, educação, moradia, trabalho e qualificação; a oferta de cursos profissionalizante e a inclusão no mercado de trabalho.

Atualmente, a inserção no mercado de trabalho tornou-se uma frente importante no programa. Sobretudo após a proposição do Projeto Regresso, que incentiva a contratação de ex-presidiários através de um subsídio concedido trimestralmente, no valor de dois salários mínimos por egresso contratado, pelo período de 24 meses.

A Lei nº 18.401, publicada em 28 de setembro de 2009, ainda encontra entraves em sua efetivação e, devido ao período eleitoral, a subvenção fiscal só poderá ser repassada às empresas a partir de janeiro de 2011.

Contudo, desde o ano de 2008 tem havido a mobilização das empresas pelo Instituto Minas Pela Paz, parceiro na execução do Projeto Regresso, e a disponibilização de vagas de trabalho para egressos.

Hoje, as vagas disponibilizadas concentram-se na área da construção civil, porém há contratações na indústria automobilística e na mineração. Em sua maioria, são funções operacionais e pouco qualificadas.

CAPÍTULO 4 - A POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NA EMPRESA GAMA

4.1- Constatções e análises

A empresa Gama possui uma política de responsabilidade social corporativa global, uma fundação mundial e funções regionais, como a pesquisada. Além disso, as unidades têm autonomia para propor e gerenciar projetos que considerem interessantes de acordo com a cultura local.

A fundação pesquisada recebeu o título de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), que segundo a entrevistada “foi um título que a gente conseguiu que serve para interesses fiscais”. (Sofia)

Atualmente, a fundação gere 16 projetos em 51 municípios do Brasil que, segundo Sofia, beneficiam por ano cerca de 800 mil pessoas. Desses projetos, somente em um há repasse de recursos para outra instituição; os demais são executados pela própria fundação e contam com o auxílio de parceiros.

Em relação aos investimentos da empresa em projetos sociais, em 2008 foram de R\$ 17 milhões e em 2009 de R\$ 7.296 milhões. Esse decréscimo no montante de investimento, diz a entrevistada, deveu-se à crise econômica mundial, à redução na geração de ICMS e de incentivos para o desenvolvimento de projetos culturais.

É interessante observar que, desses R\$7.296 milhões investidos pela empresa Gama em ações sociais, 86% são provenientes de captação através de leis de incentivo, deduções fiscais e estímulo à destinação de parte do

imposto de renda de empregados, clientes e fornecedores ao fundo da infância e juventude; apenas 14% é fruto de receita própria.

Os investimentos diretos da empresa em projetos sociais são irrisórios se comparados aos lucros obtidos. Por exemplo, em 2008 a Gama faturou mais de seis bilhões de reais somente no Brasil e investiu pouco mais de 600 mil dólares em seus projetos na área da educação. Além disso, como apresenta a entrevistada, os projetos são feitos em parceria, “cada um dando o que pode”, e há o investimento de outros atores (públicos ou privados) para sua execução.

Fato que vai ao encontro da afirmação de Lima, citado por Araújo (2006), que apresenta as práticas de responsabilidade social como uma forma de sobrevivência da empresa, uma maneira de mostrar à comunidade que realiza ações em prol do coletivo. Na Gama podemos perceber que seus projetos são amplamente divulgados em diversos meios de comunicação (internet, outdoors, televisão) e são apresentados pela funcionária como um diferencial em relação a outras empresas.

O foco da empresa são as práticas de responsabilidade social voltadas para as crianças e adolescentes, nas áreas de educação, saúde e meio ambiente. Outras ações da área cultural e promoção social estão voltadas para a comunidade em geral.

Na área de educação destacam-se projetos que atuam com a capacitação dos gestores e professores das escolas, que serão responsáveis por disseminar práticas e temáticas com os alunos, como por exemplo, educação sexual, cultura de paz, preservação ambiental, integração de alunos deficientes. Há também iniciativas profissionalizantes, de inclusão digital e de incentivo ao empreendedorismo.

Em relação à saúde há projetos que buscam diagnosticar e tratar problemas bucais, visuais e auditivos.

As ações culturais abrangem espetáculos e formação de artistas. E nas comunidades, há iniciativas para o desenvolvimento local, além do incentivo à prática do voluntariado pelos colaboradores da Gama.

Mundialmente a empresa também realiza ações pontuais de ajuda emergencial em situações de calamidade. Segundo a entrevistada, a única ação realizada em todo o mundo pela Gama é o incentivo ao voluntariado.

Os projetos sociais da empresa Gama adquirem por vezes o caráter assistencialista ao doar óculos ou aparelhos auditivos a crianças de escolas públicas, ora a empresa assume o papel do Estado de prover assistência básica ou a capacitação de professores e diretores de escolas.

Apesar de exercer um papel interessante para a sociedade, os projetos sociais da Gama se assemelham a políticas compensatórias: já que suas atividades degradam o meio ambiente, é criado um projeto de educação ambiental. Se sua usina traz impacto para a cidade, busca-se o apoio da população ofertando empregos ou atuando em lacunas deixadas pelo poder público na educação, saúde, e outros campos.

(...) porque a empresa sabe que se a comunidade não quiser aquela expansão ela consegue, ela consegue tirar dali, então o trabalho social é muito nessa linha, mostra para comunidade que a empresa pode fazer bem ali também, que ela pode ajudar de outras formas, não só empregando, ela pode promover mudanças nas escolas, na educação, nas crianças. (SOFIA)

A fundação pesquisada, definida pela entrevistada como o “*braço social da empresa*”, tem uma equipe própria (12 pessoas), composta por profissionais do serviço social, psicologia, marketing, jornalismo, publicidade e relações públicas, que atua somente com os projetos sociais. Nas unidades da empresa há apoios locais, responsáveis por facilitar a implementação dos programas, mas que também exercem outras funções.

Foram criados programas próprios, então a fundação não financia projetos terceiros como a maioria das fundações empresariais. A gente tem projetos conjuntos, desenvolveu metodologia, com o apoio, claro, de consultorias e a gente coloca em prática esses projetos. (SOFIA)

A entrevistada esclarece como se dão essas parcerias para o desenvolvimento dos projetos,

A gente conta com competências internas e externas, ou seja, nossa equipe, mas a gente também tem parceiros para desenvolver ações específicas. Com gestão participativa, trabalhamos com programas e projetos, investimentos compartilhados, como eu te falei várias unidades da empresa pra gente desenvolver nossos projetos. E também com os parceiros na comunidade. A Gama paga o capacitador, a fundação, mas a unidade local vai pagar o lanche, a Secretaria de Educação vai fornecer o auditório, trabalho com parceria, cada um dando o que pode pra fazer a ação acontecer. E aqui, por último, a divulgação dessas ações para os empregados e para as comunidades de forma geral. (SOFIA)

Todos os projetos da fundação seguem a lógica do investimento social privado e necessitam de planejamento, avaliação e prestação de contas.

Esse conceito de investimento social privado engloba o planejamento, monitoramento, avaliação, porque muitas vezes as pessoas têm uma idéia de ONG como sendo uma coisa um pouco largada, um pouco sem compromisso. E, como a gente está ligada a uma empresa do porte da Gama, a gente tem que passar pelos mesmos, funciona como um outro departamento qualquer. Todos os projetos têm planejamento, tem que ter verba para isso e pra aquilo, então é um processo muito, sem, sem, a gente tem que ter um acompanhamento muito bom pra que aquilo não possa ser interrompido, então é uma seriedade muito grande nos processos, tem um comprometimento com resultados, então se o projeto não está dando resultado num lugar a gente tira o projeto dali e leva pra outro lugar onde ele funcione porque a gente tem que prestar conta disso para o nosso conselho, pra diretoria da Gama. (SOFIA)

Mais uma vez notamos que a prática de ações sociais pela empresa Gama é tratada como um investimento que a diferencia das concorrentes e, claro, deve trazer resultados. Apesar de ser uma fundação de cunho social, sua vinculação com a empresa traz para os funcionários a mesma cobrança e necessidade de acerto dos outros processos industriais.

Como a maioria das empresas, a Gama iniciou sua atuação social com ações de filantropia, por exemplo, doação de ambulâncias para o hospital da comunidade local. Segundo Sofia, as ações da empresa foram acompanhando

o amadurecimento do conceito de responsabilidade social empresarial e hoje são bem sistematizadas.

Algumas percepções da entrevistada sobre os motivos de a empresa investir em ações sociais devem ser ressaltadas.

Os resultados para a empresa...

A gente utiliza benefícios fiscais no desenvolvimento dos programas, tem resultado pro negócio, gera valor pros acionistas. Essas ações sociais são importantes por isso, por essa oportunidade de diálogo com a comunidade, uma boa reputação também e a obtenção de melhores resultados, já que tem uma equipe dedicada a isso, a desenvolver esses programas. (SOFIA)

Nessa fala podemos perceber claramente os ganhos da empresa em promover ações para a comunidade e, inclusive, a utilização de benefícios oferecidos pelo Estado para se promover.

Em relação à saúde do trabalhador é interessante observar que a entrevistada reproduz o discurso organizacional que se preocupa com essa questão, mais uma vez devido a interesses próprios (evitar acidentes, retenção de talentos).

A empresa tem há muitos anos, (...), e ela evoluiu bastante todo esse tempo e a preocupação com saúde e segurança veio crescendo também, por que é um negócio arriscado, né. Por que é uma indústria e a gente tem que zelar pela saúde dos seus empregados para que não aconteça nada de mais grave. Então, isso é um exemplo assim de que a empresa não pode ser voltada apenas para a produtividade, a empresa se preocupa também com a saúde, com a segurança, com a valorização dos seus empregados pra que eles queiram continuar na empresa, para a retenção de talentos. (SOFIA)

O diálogo com a comunidade, segundo Sofia, favorece a atuação da empresa.

Então, esse trabalho com a comunidade é um trabalho muito cuidadoso, tem que ter muito tato pra que a comunidade seja favorável à nossa atuação e mostrar que pra empresa essa responsabilidade social é um valor, a sustentabilidade é um valor e claro, a gente não pode ser hipócrita de dizer que a empresa faz tudo só porque ela acredita naquilo, ela também faz para ter retorno, de imagem, de, como eu falei, para conseguir expandir, pra conseguir continuar a atuar, mas pra Gama é um valor, como eu te disse é um valor mundial (...) (SOFIA)

Podemos perceber que a entrevistada reconhece os interesses que sustentam as ações de responsabilidade social na Gama e deixa claro que a empresa visa muito mais a manutenção e expansão de sua atuação do que ações sociais transformadoras. Confirmando o que apresenta Araújo (2006, p. 425), “a responsabilidade social não é uma atividade empresarial que vem para mudar o processo produtivo vigente; pelo contrário, ela reforça e legitima os meios produtivos e o próprio sistema capitalista”.

Dessa forma, não podemos ser ingênuos e desconsiderar os interesses econômicos incutidos no discurso e no modelo de gestão da responsabilidade social pelas empresas.

4.2- As Políticas Voltadas para o Público Interno na Empresa Gama e a Prática da Diversidade

Em relação aos valores de Responsabilidade Social adotados pela empresa Gama para seu público interno, destacam-se o investimento em saúde e segurança, a abertura ao diálogo e o respeito aos direitos humanos e a boas condições de trabalho. Oferece a seus funcionários benefícios como salários atraentes em comparação com o mercado, assistência médica, psicológica e odontológica, alimentação, previdência privada, incentivos ao desenvolvimento profissional, entre outros.

Na entrevista com Rafael, que atua com as práticas de inclusão de deficientes, foi possível conhecer um pouco mais sobre as políticas de diversidade da empresa Gama.

Nessa análise, além da entrevista com Rafael, será utilizado como referência um guia da empresa, que apresenta a perspectiva e as práticas desta sobre o tema diversidade.

Rafael inicia falando sobre a política de diversidade na empresa:

A Gama tem uma política de diversidade mundial, nós estamos em 47 países, com muita cultura diferente, muitos hábitos, muitas formas de pensar diferente, então a diversidade é entendida como um agregador de valor. A gente entende, é... que a diversidade agrega aos nossos produtos, à nossa empresa, é fator um fator de geração de riqueza. A gente considera muito essa questão de diversidade.
(RAFAEL)

Esse fragmento explicita um tema recorrente na literatura sobre a diversidade nas organizações – a geração de valor. Muito mais do que pensar a inclusão dos diferentes como um compromisso social, as empresas veem nessa prática uma forma de potencializar seus objetivos e gerenciar possíveis conflitos.

Entre os autores que adotam esse posicionamento, destaca-se a proposição de Fleury (2000, p. 21), que resume o objetivo da gestão da diversidade cultural: administrar as relações de trabalho, as práticas de emprego e a composição interna da força de trabalho, visando atrair e reter os melhores talentos dentre os chamados grupos de minorias. Ou seja, entre as minorias, somente os mais bem preparados interessam às empresas, somente esses serão incluídos, ocasionando uma dupla exclusão – além de pertencentes a grupos discriminados, a seleção privilegiará uma parcela do grupo, excluindo, mais uma vez, os considerados desprovidos de qualificação ou atributos.

O entrevistado define o foco que a empresa Gama adota em relação à diversidade:

Dentro da diversidade nós temos um foco muito grande, bem mais real, é... bem mais pautável que é na inclusão de pessoas com deficiência. (RAFAEL)

Acompanhando essa fala de Rafael, boa parte da entrevista tratará da prática da diversidade quase como sinônimo de inclusão de pessoas com deficiência.

Aqui, cabe apresentar o que a empresa traz em seu guia sobre diversidade e inclusão. A política de diversidade e inclusão foi implementada na Gama em 2009 e traz como princípios o respeito, a cooperação, a solidariedade, a flexibilidade e a equidade.

A diversidade é vista pela Gama como uma forma de gerar soluções inovadoras e respostas criativas, contribuindo para o sucesso dos negócios. Na prática, diz de uma equipe que contém diferentes culturas, gerações, gêneros, grupos étnicos, competências, origens sociais e outras características que tornam as pessoas singulares.

Inclusão, ainda segundo o guia, diz respeito a proporcionar um ambiente de trabalho onde cada um possa participar ativamente na concepção do sucesso do negócio e onde todos os empregados são valorizados em suas diferentes habilidades, experiências e perspectivas.

Entre as ações em relação à diversidade e inclusão, a empresa Gama destaca:

- Capacitação e inclusão de pessoas com deficiência em seus quadros;
- Desenvolvimento de projeto em parceria com outra instituição, em que oferece cursos e incentiva a inclusão social da pessoa com deficiência por meio da educação e da arte;

- Desenvolvimento de um programa com a finalidade de orientar professores a como lidar com pessoas com deficiência;
- Patrocínio de projetos culturais;
- Ações nas comunidades, como cursos profissionalizantes e capacitações.

Além disso, o guia traz dicas de como se relacionar com pessoas com deficiência e como lidar com alguns tipos específicos de deficientes (visuais, auditivos, intelectuais e físicos). E enfatiza: “Aja com naturalidade e sem preconceitos”.

Apesar de trazer em seu guia que a diversidade vai muito além de questões de gênero, raça ou deficiência, essas práticas divulgadas pela empresa Gama se referem basicamente à inclusão de deficientes físicos, ato que fica claro também na entrevista com Rafael. Ou seja, a empresa reduz a diversidade a uma categoria, que, aliás, deve ser incluída porque amparada por lei.

Retomando a entrevista, Rafael esclarece que para contratar uma pessoa com deficiência a empresa precisa primeiro treiná-la, já que a maioria não possui qualificação. Porém, o entrevistado destaca: “mesmo a gente treinando tem muitas ainda que não têm qualificação pra tá aqui, né”.

Nesse fragmento percebemos um tom preconceituoso do entrevistado, que pode ser um reflexo da forma como esses funcionários incluídos são tratados dentro da empresa.

O processo de seleção realizado pela Gama com as pessoas com deficiência se inicia com os interessados em fazer o curso de capacitação e segue os mesmos padrões dos “não deficientes”; posteriormente há um momento de integração na empresa. Além disso, ressalta Rafael, esses incluídos são avaliados como qualquer outro empregado.

O processo seletivo, como é uma pessoa, como são pessoas que futuramente serão empregados normais, é um processo seletivo igual à de qualquer outro empregado, com o mesmo critério, com a mesma dificuldade, observando as mesmas potencialidades. Não é um recrutamento especial, não. É um recrutamento normal, até porque essa pessoa depois tem que ter, a gente tem que verificar se essa pessoa tem o perfil da empresa. (RAFAEL)

Em relação à receptividade dos demais empregados e gestores da Gama à política de inclusão de pessoas com deficiência, o entrevistado diz ter sido muito boa e que não houve muita dificuldade de integração, apenas um ou outro caso de não adaptação do gestor ou da pessoa com deficiência. Comentário vago e impreciso, que nos remete ao que apresenta Saraiva e Irigaray (2009), sobre a efetividade das políticas de diversidade nas organizações e o real compromisso das organizações com esse tema.

A formalização de tais políticas, que em linhas gerais podem ser eventualmente bem-sucedidas, especialmente aos olhos dos não diretamente afetados, não implica efetividade na implementação. No caso específico da diversidade, há variáveis que deslocam o problema para além da esfera formal, como o enraizamento de preconceitos dos segmentos hegemônicos e dos próprios grupos minoritários. (SARAIVA & IRIGARAY, 2009, p. 29)

Segundo Rafael, a empresa se preocupou em realizar um trabalho de sensibilização anterior à contratação de deficientes, o que facilitou a integração destes nas equipes. Porém, ele não soube descrever como isso ocorreu, nem como os aspectos tratados nessa “sensibilização” favoreceram a integração desse público.

Mas muito importante ainda falar, eu sei que você vai me perguntar, é sobre a sensibilização dos gestores, dos gerentes, das pessoas que são formadoras de opinião. Esse aí foi um trabalho muito forte que toda empresa ou toda a entidade que deseja fazer inclusão de pessoa com deficiência deve se preocupar. A turma que já está trabalhando tem que ser bem sensibilizada, tem que entender um pouco o universo da pessoa com deficiência, quais são as dificuldades, o quê que nos podemos fazer para otimizar essa recepção deles. Então é muito importante você fazer um trabalho pré-ingresso, né, dentro da empresa. Explicar, dar algumas dicas de como conversar, de como se dirigir é muito importante. (RAFAEL)

Sobre a política da empresa em relação a outros tipos de diversidades o entrevistado soube dizer muito pouco:

Nós temos uma política de diversidade, tem que tentar achá-la aqui, eu não sei se, quem era mais na direção era a Geovana¹⁴ que saiu agora há pouco. Mas gênero também é, tá incluído na política, é etnia, por que agora o conceito tá mudando, não é raça mais, tão falando que é etnia, também são abrangidos pelas políticas de diversidade da Gama mundial. Até deficiente, mulher, negro, homossexual, tudo abrangido. (RAFAEL)

Esse fragmento leva-nos a questionar como se efetiva a política de diversidade dentro da empresa Gama, já que um funcionário que trabalha dentro do RH, incluindo pessoas com deficiência, desconhece as outras ações de inclusão de minorias realizadas pela empresa. Será que elas realmente existem? Talvez, como foi constatado no guia de diversidade e inclusão da Gama, esse “desconhecimento” reflita exatamente o foco dado pela empresa ao tema da inclusão de pessoas com deficiência, em decorrência da obrigatoriedade legal ou da inexistência de uma divulgação interna ampla e eficaz sobre as demais diferenças.

Contudo, Rafael diz que essas outras categorias, como também a questão da discriminação, já foram abordadas em sensibilizações pela Gama.

Nas próprias sensibilizações que nós fizemos, nós abordamos esse tema de gênero, de homossexualidade. Então foi bem debatido com os gestores, com os formadores de opinião, até diretores, todos participaram, de cima pra baixo, gerentes, gerentes gerais, todos participaram dessa sensibilização global que trata desses assuntos como um todo sobre diversidade. Nas unidades foi da mesma forma. Isso que eu tô te contando foi aqui no escritório central, nas unidades convidamos mais de 200 pessoas, inclusive formadores de opinião, pra participar sobre essa discussão né. Mulher, mercado de trabalho, gêneros, enfim. Então, nessa capacitação isso foi bem discutido. (RAFAEL)

Ao ser questionado sobre o movimento que tem ocorrido em relação à inclusão de outras diferenças, de outros tipos de diversidade, como os egressos do sistema prisional, Rafael afirma que a empresa tem conhecimento

¹⁴ Nome fictício

sobre o Projeto Regresso e que o está analisando. Porém demonstra pouco conhecimento sobre o assunto, mesmo dizendo que a empresa já fez até um estudo sobre o tema.

Agora, o governo de Minas lançou uma política de reinclusão que o nome acho que é reabilita. É uma espécie de.... não é reabilita, não. Como é que é o nome? Eu vou lembrar. Ela tem... é uma forma de... seria uma espécie de reabilitação. Eu vou lembrar aqui o nome dela, mas é quando a pessoa ainda está em período... num sei se é depois que ela cumpriu a pena ou ainda quando ela está no regime semiaberto ou aberto, então a empresa pode contratar essa pessoa e aí o governo do estado dá um benefício fiscal do ICMS, né. Nós já ouvimos falar sim. Fizemos até estudo uma vez. (RAFAEL)

Rafael diz que não vê dificuldades em inserir esse público na Gama e que, em unidades do interior, há casos de ex-detentos que entraram para a empresa através de indicação. Porém, não sabe precisar como essa prática ocorre e deixa clara a importância da figura do delegado como certificador do “bom comportamento” do egresso.

Nós temos já em unidades pessoas que saíram de... ex-detentos, né. Nos já temos né. Mesmo que não seja uma política publica assim, nos já temos essa experiência. Inclusive nas unidades, quando o delegado fala né, quando tiver uma oportunidade, dá uma oportunidade para essa pessoa, ele é ex-detento, mas tem um comportamento muito bom. Teve assim, durante o... é, por exemplo, lá durante a estada dele na prisão foi exemplar. Então, a gente dá oportunidade, acho que se não me engano, teve, tem um caso desse que nos vimos em M¹⁵. E.. o empregado, salvo engano, assim tem dado resultados muito positivos. (RAFAEL)

Ao ser indagado se a empresa exigia o atestado de antecedentes criminais e se isso não seria uma forma de preconceito, Rafael diz que sim, que quando entrou na empresa até teve que apresentar o documento e completa:

¹⁵ Foi omitido o nome da cidade a fim de evitar a identificação da empresa.

É, é sim. São, aí você tem uma, uma ..., um conflito de valores e princípios, né. E como todo conflito de princípios a gente tem que tentar ponderar. Você tem o interesse da empresa, que a empresa procura se resguardar, né. A empresa procura é... tentar resguardar o seu patrimônio material, patrimônio imaterial, a sua reputação. Então a empresa pode entender em determinado momento que se esse cara tem uma pena muito grave: matou cinco pessoas, estuprou seis, essa pessoa não é ideal para trabalhar na empresa. Você tem também um outro lado, que é um lado que vai da pessoa humana, que ela já cumpriu pena, né, não tem mais débito nenhum com a sociedade, né. (RAFAEL)

Rafael, nesse fragmento, deixa claro seu desconhecimento e um olhar preconceituoso sobre os egressos do sistema prisional. Reproduz uma representação social do egresso como ameaçador, que pode subtrair o patrimônio da empresa ou manchar sua reputação, chegando a afirmar que a pessoa só poderia procurar trabalho após ter cumprido toda sua pena, ou seja, somente quando ela não estivesse mais respondendo, por exemplo, ao livramento condicional.

(...) E ela tem direito a um trabalho e assim o atestado seria uma forma de tolher essa oportunidade dela, né. Mas o fato é que quando a pessoa cumpre integralmente sua pena e ele já está reabilitado pras práticas das vidas normais isso não aparece no atestado. O atestado da justiça comum não aparece. (RAFAEL)

Entrevistador: você fala depois que ela deu baixa no processo?

É, depois que ela já cumpriu a pena, assim, desde que não haja nenhum outro processo, nem outro crime contra ela, isso não aparece no atestado, que já é um ponto positivo, que aí ele pode procurar trabalho. Então é uma ponderação de valores, tem bons argumentos para os dois lados, né. A empresa tentando se resguardar um pouco, e a pessoa, né, nos direitos que ela tem, nos direitos fundamentais que ela tem de trabalhar. (RAFAEL)

Nesse caso, não seria necessário nenhum projeto de inclusão de egressos, já que do atestado de antecedentes, grande dificultador do retorno

ou mesmo ingresso no mercado de trabalho, não constaria a condenação criminal.

Concluindo a entrevista, Rafael retoma a dificuldade que a empresa tem em cumprir a quota estabelecida no caso dos deficientes físicos, devido a modificações na lei referente ao que é considerado deficiência e à escassez de mão de obra qualificada.

O que eu acho que às vezes dificulta nas práticas de, vamos colocar, vamos colocar, por exemplo, pessoas com deficiência, inclusão de pessoas com deficiência, o que dificulta é que às vezes nós não temos pessoas qualificadas, às vezes, a gente não consegue achar a pessoa que a gente quer. Acho que o que dificulta é o Estado não participar tanto como poderia, é não qualificar essas pessoas e colocar pras empresas um leque. O Estado obriga mediante uma lei, o Estado atribui que a empresa faça, mas ele não participa em nada. Isso não é sério. Ele devia ter uma parcela de participação. A gente entende que é uma ação afirmativa, toda a teoria geral da ação afirmativa, a gente conhece, mas acho que não é sério o Estado não participar, já que é um programa de inclusão, de responsabilidade social, de redução de desigualdade, né. Nem que seja desigualdade material o Estado deveria participar. (RAFAEL)

Nesse fragmento fica clara a percepção do entrevistado de que a empresa faz mais do que deveria, já que é responsabilidade do Estado capacitar os portadores de deficiência e “colocar pras empresas um leque”. A empresa até entende que é uma política de ação afirmativa, de responsabilidade social, porém já deveria encontrar essas pessoas capacitadas e com o perfil que ela exige. O que reitera o que diz Fleury (2000) quanto ao interesse da empresa em agregar as minorias, porém somente os mais bem qualificados.

No material pesquisado podemos perceber que a empresa Gama tem uma política de responsabilidade social ou sustentabilidade bem elaborada e consolidada. Constituiu uma equipe própria para o desenvolvimento de seus projetos e tem um discurso muito bem alinhado com os modelos de gestão e incorporação de práticas de responsabilidade social empresarial utilizados atualmente. Além disso, publica anualmente um balanço social das práticas da empresa, material de divulgação interna e externa (jornal da fundação,

cartilhas), mantém em seu site uma descrição sobre todos os seus projetos e documentos, como seu código de ética.

Entretanto, os dados colhidos nas entrevistas e no material consultado sobre a empresa Gama não diferem de pesquisas já realizadas sobre a prática de responsabilidade social e inclusão de minorias, cujos resultados apontam para os interesses econômicos, cumprimento de legislação e valorização da marca. É o que podemos constatar no discurso empresarial presente nas falas dos entrevistados – “geração de valor para os acionistas”, “melhores resultados”, “criação de boa reputação”, “apoio para expandir”, “apoio para continuar a atuar”, “retenção de talentos” –, que reforçam os benefícios trazidos para a empresa com as ações sociais.

CAPÍTULO 5- PROJETO REGRESSO

5.1- UMA FORMA DE INCLUSÃO DA DIVERSIDADE?

O trabalho com egressos do sistema prisional ainda é incipiente e são poucas as iniciativas de inclusão desse público no mercado de trabalho. Sabemos que há outras ações, no Rio de Janeiro e em São Paulo, de reinserção social do egresso através do trabalho, porém não há nenhuma pesquisa sobre o impacto dessa ação para a minimização do preconceito ou mesmo sobre os motivos que levam as empresas a adotar tal prática.

Além disso, não foi encontrada nenhuma publicação que avaliasse a inclusão de egressos do sistema prisional no Brasil e extrapolasse as leituras sobre inclusão de pessoas portadoras de deficiência física ou sobre o

tratamento dado aos diferentes (homossexuais, mulheres, negros, imigrantes, entre outros) dentro das empresas.

De forma geral, podemos perceber que as empresas adotam práticas de responsabilidade social visando a maximização de resultados. Seja agregando ou retendo talentos, seja cumprindo a lei.

Na vivência de inclusão de egressos no mercado de trabalho dentro do Presp, podemos verificar um discurso parecido das empresas, que, muitas vezes, deixam claro que estão fazendo muito além do que deveriam, que existem no mercado pessoas muito mais capacitadas e que trariam “menos riscos”. Além disso, é comum identificar uma associação entre a contratação de egressos e a benevolência da empresa, a oportunidade que ela está dando para essa pessoa “mudar de vida”.

Das empresas que contrataram egressos a partir dos encaminhamentos do Presp, há um esforço em entender e facilitar a inclusão do público, porém em funções operacionais, fato que é justificado pela não capacitação profissional desse público. Entretanto, o Presp identifica pessoas muito bem qualificadas, com ensino médio completo ou mesmo cursando o ensino superior, que não encontram oportunidades para inserção.

Outro ponto que nos chama a atenção é o grande número de vagas no setor da construção civil, o que talvez se explicasse muito mais pela escassez de mão de obra e pela elevada rotatividade no setor do que pelo real interesse das empresas em promover ações de responsabilidade social. Mais uma vez, nos deparamos com as demandas do mercado e os objetivos econômicos das empresas por trás de ações de responsabilidade social.

Em relação ao número de egressos contratados em oito empresas, até o mês de outubro de 2010, encontramos os seguintes dados:

- 55 egressos contratados por empresas da construção civil, em vagas como: servente (a maior parte) e porteiro;

- 05 egressos contratados pela indústria de automóveis, na função de operador de linha de montagem;
- 01 egresso contratado em uma fábrica de borracha, na função de operador de produção;
- 01 egresso contratado pela indústria de mineração, na função de auxiliar administrativo.

Os salários variam de R\$ 530,00 a R\$ 1.500,00.

Notamos um predomínio do trabalho braçal que, muitas vezes, não traz o reconhecimento pessoal e financeiro que o trabalhador espera. Não é incomum os egressos recusarem o trabalho na construção civil alegando ganhar mais trabalhando por conta própria, ou já terem trabalhado muito tempo nessa área e estarem buscando outro tipo de inserção.

Fazemos uma leitura dessa recusa como uma forma de o egresso dizer que essas oportunidades ele já consegue por conta própria, assim a oferta dessas vagas não traz algo realmente inovador, novas oportunidades de “mudar de vida” ou de reconhecimento profissional.

Não podemos deixar de considerar que essa inserção do egresso no mercado de trabalho, mesmo em funções socialmente desvalorizadas, traz para muitos novas perspectivas e possibilidades de convívio e reinserção social. Entretanto, o discurso empresarial reflete a percepção que a sociedade tem do egresso - bandido, assassino, traficante, e mesmo que sua inserção no trabalho se dê de forma menos discriminatória, ainda há uma preocupação com o passado e o receio de que o egresso cometa algum crime dentro da empresa.

Dessa forma, é comum ouvir da empresa questionamentos sobre como são “escolhidos” esses egressos para o encaminhamento (São psicopatas? Há aplicação de testes psicológicos?); quais são os crimes mais comuns; qual “garantia” o programa oferece se essa pessoa reincidir; qual a responsabilidade da empresa com essa pessoa, entre outros. Vemos que o trabalho do Presp

oferece para as empresas um conforto, de certa forma, uma segurança de que essa pessoa encaminhada se mostrou “apta” ao convívio no ambiente de trabalho e que será acompanhada em sua inserção pelo programa.

Verificamos que o diálogo do Presp com a empresa tem se mostrado eficiente em promover pequenas modificações em relação à percepção do egresso do sistema prisional. Contudo, é relevante a constatação dos ganhos obtidos pela empresa com a “tutela” desses trabalhadores pelo programa, que facilita sua permanência na organização. Além disso, algumas empresas, assim como ocorre com outras ações sociais, divulgam essas contratações para se promover.

Esses dados confirmam os estudos feitos sobre os ganhos da empresa em adotar políticas de responsabilidade social – valorização da marca a partir da divulgação de suas ações, atração e retenção de funcionários, entre outros - sobretudo as voltadas para a inclusão de minorias.

No artigo “Políticas de Diversidade nas Organizações: uma Questão de Discurso?” (2009), Saraiva e Irigaray, discutem exatamente a efetividade de políticas de estímulo à diversidade em empresas brasileiras. Suas conclusões se assemelham às encontradas neste estudo: contradições entre os discursos e as práticas adotadas pelas empresas, percepções preconceituosas de empregados e gerentes e o direcionamento das políticas de estímulo à diversidade e à inclusão voltadas mais para as demandas do mercado do que da sociedade.

Entretanto, não podemos deixar de considerar que o Projeto Regresso é uma política compensatória, e que vem preencher uma lacuna do Estado em promover políticas sociais eficazes de escolarização, profissionalização e prevenção a criminalidade. Além disso, deixa clara a ineficiência do sistema prisional, responsável por promover ações de ressocialização. Assim, o papel do Estado em relação ao preso também deve ser reavaliado, pois o que percebemos são pessoas em situação desumana, que não encontram na prisão nenhuma possibilidade de se desenvolver.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo o trabalho parte fundante da condição humana, já que é através dele que o homem transforma a natureza ao mesmo tempo em que é transformado por ela, podemos notar como a atual organização econômica e a exclusão de certa parte da população (minorias, desqualificados) do mercado de trabalho gera efeitos significativos sobre a formação da identidade. Jacques (1996), ao abordar esse tema, afirma que a identidade de trabalhador se constitui precocemente através da identificação com modelos adultos e/ou através da inserção concreta no mundo do trabalho.

Além disso, o trabalho, como aponta Jacques (1996), adquire na sociedade ocidental uma importância e exaltação máximas, conferindo ao papel de trabalhador lugar de destaque entre os papéis sociais representativos do eu. Dessa forma, o trabalho se constitui como fundamental para a autoconstrução e a sociabilidade.

Fortes (2001), citando o pensamento Lukacsiano, complementa de que forma o trabalho influencia a constituição do homem.

O trabalho é

o instante inicial da sociabilidade, como o complexo originário, ineliminável que expressa a posição e condição primeira da gênese e do devir homem do homem (...), ao mesmo tempo em que revela a realidade objetiva da natureza com a base real imprescindível do processo de auto-constituição do ser social. (FORTES, 2001, p. 13)

Durante este trabalho pudemos ver as ações elaboradas pelo mercado para passar a impressão de responsável socialmente, transmitindo o discurso de valorização da ética ou da moral na economia e no trabalho, “o que vale tanto para motivar e reconhecer os trabalhadores quanto para avaliar as empresas”. (LIMA, 2002, p. 70).

De forma geral, as empresas levam pouco em consideração a importância do trabalho na vida do sujeito e as implicações de sua inserção no ambiente laboral para si e para a sociedade. Pensando nas minorias, encontramos um papel ainda mais fundamental para o trabalho: a possibilidade de extrapolar os limites impostos (sociais, intelectuais ou físicos) e produzir algo novo, uma nova subjetividade que leve em consideração as potencialidades e não as deficiências.

Ofertar vagas de emprego ou mesmo executar um projeto de responsabilidade social bem sucedido não é sinônimo de benefício para a sociedade, já que as ações sociais empresarias, muitas vezes, são concebidas exatamente para a manutenção da ordem capitalista e só reforçam mecanismos de exclusão.

Como no caso dos egressos do sistema prisional, Barros (2005) alerta que o simples acesso a alguma ocupação não garante, por si só, o reconhecimento como cidadão e a manutenção da vida dentro da legalidade. Da mesma forma, incluir uma pessoa portadora de deficiência numa empresa não garante o desenvolvimento de suas capacidades, nem possibilidades reais de convivência e tratamento igualitário.

Fato que pode ser corroborado na pesquisa do Instituto Ethos (2007) sobre o perfil racial, social e de gênero nas 500 maiores empresas do Brasil, em que é possível constatar que nos níveis hierárquicos mais elevados (executivos, gerentes e supervisores), apenas 0,4%, dos quadros dessas empresas são compostos por pessoas portadoras de algum tipo de deficiência.

Saraiva e Irigaray (2009) também salientam que apesar de políticas formais de combate à discriminação adotadas pelas organizações, há certa permissividade que contribui para a manutenção de comportamentos discriminatórios. Na empresa pesquisada pelos autores, das práticas denunciadas como discriminatórias (trinta e três), apenas vinte e uma foram investigadas e apenas três resultaram em advertência verbal aos infratores.

E complementam

Minorias e não minorias demonstraram preconceito e atitudes discriminatórias entre si, evidenciando dificuldades no respeito às suas diferenças. Apesar de as políticas lhes atribuírem um papel específico no processo, os gerentes manifestam preconceito explícito ou velado, minando a efetividade das políticas nessas unidades. Nos escritórios observados, há dissonância entre o discurso e as práticas de diversidade (...) (SARAIVA & IRIGARAY, 2009, p. 27)

Sobre a atuação social das empresas, Araújo (2006) adverte para a manipulação efetuada através das práticas de responsabilidade social, que dão uma roupagem mais humanizada ao capitalismo, mas visam reforçar e legitimar os meios produtivos, a produção de riquezas e de valores sociais.

Não podemos deixar de considerar o caráter interesseiro do capital ao promover ações de responsabilidade social empresarial, porém acreditamos que é possível buscar novas alternativas e utilizar das artimanhas desse mesmo capital para promover mudanças individuais e sociais.

Como afirma Yves Clot (2006), o trabalho realiza uma função social, dando sentido e permeando a vida do sujeito.

(...) o trabalho é sem dúvida um dos gêneros principais da vida social em seu conjunto, um gênero de situação do qual uma sociedade dificilmente pode abstrair-se sem comprometer sua perenidade; e do qual um sujeito dificilmente pode afastar-se sem perder o sentimento de utilidade social a ele vinculado, sentimento vital de contribuir para essa perenidade, em nível pessoal. (CLOT, 2006, p. 69)

Dessa forma, o atendimento ao egresso do sistema prisional tem nos mostrado que a inclusão social por meio do trabalho é possível - principalmente porque age no imaginário coletivo, desconstruindo a equação: ex-presidiário é igual a bandido, não trabalhador - promovendo novas possibilidades de reconhecimento, socialização e autoconstrução.

RERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Marcelo Aureliano Monteiro. *Responsabilidade Social Corporativa: o que empresas siderúrgicas de MG declaram e quais as percepções de suas comunidades de entorno*. Belo Horizonte: Dissertação, CEPEAD, UFMG, 2009.

ARAÚJO, Marley Rosana Melo. *Exclusão Social e Responsabilidade Social Empresarial*. In: Revista Psicologia em Estudo, Maringá, N.2, p. 417-426, Mai./Ago. 2006.

ASHLEY, Patrícia de Almeida. *A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial*. In: ASHLEY, Patrícia de Almeida. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2ª ed, 2005. p. 44-65. Cap. 3

BAHIA, Melissa Santos. *A promoção das práticas de valorização da diversidade nas empresas por meio das organizações do terceiro setor*. Bahia: 2006. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/Uniethos/documents/APromocaoDasPraticasDeValorizacaoDaDiversidade.pdf>. Consulta em: 18/11/2010.

BARROS, Vanessa Andrade. *A função política do trabalho e a ordem social*. In: Revista Veredas do Direito, Vol. 2, nº 4, Belo Horizonte, Jul./Dez. 2005, p. 51-66.

BENEDICTO, Samuel Carvalho; RODRIGUES, Ângelo Constâncio; PENIDO, Aline Micheli da Silva; DIAS, Wellington Pereira. *Surgimento e Evolução da Responsabilidade Social Empresarial. Uma reflexão teórico-analítica*. In: FILHO, Cândido Ferreira da Silva; BENEDICTO, Gideon Carvalho; CALIL, José Francisco. *Ética, Responsabilidade Social e Governança Corporativa*. São Paulo: Ed. Alínea, 2008. p. 63-80, Cap. 3.

BRASIL. *Lei n. 7.210, de 11 de julho de 1984*. Institui a Lei de Execução Penal. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 1984.

CLOT, Yves. *A Função Psicológica do Trabalho*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2006.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS. *Glossário de Cidadania*. Belo Horizonte: 2010. Disponível em: <http://www.fiemg.org.br/Defaultt.aspx?tabid=7236>. Consulta em: 25/11/2010.

FILHO, Marco Antônio Figueiredo. *Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: Entre o Discurso e a Evidenciação*. In: Revista de Contabilidade e Finanças. São Paulo: vol. 19, nº 47, Maio/Agosto 2008, p. 89-101.

FLEURY, Maria Tereza Leme. *Gerenciando a Diversidade Cultural: experiências de empresas brasileiras*. In: Revista de Administração de Empresas, São Paulo, vol 40, n. 3, p. 18-25, jul/set 2000.

FORTES, Ronaldo Vielmi. *Trabalho e Gênese do Ser Social na "Ontologia" de George Lukács*. Belo Horizonte: Dissertação, FAFICH, UFMG, 2009

GOMES, Adriano; MORETTI, Sérgio. *A Responsabilidade e o Social: uma discussão sobre o papel das empresas*. São Paulo: Saraiva, 2007.

GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS. *Lei 18.401, de 28 de setembro de 2009*. Autoriza o poder público a conceder subvenção econômica às pessoas jurídicas que contratarem egressos do sistema prisional do Estado. Diário do Executivo, Belo Horizonte: 2009.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social 2010. São Paulo, 2010.

_____. *Como as empresas podem e devem valorizar a diversidade*. São Paulo, 2000.

_____. *Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas – Pesquisa 2007*. São Paulo: 2007.

_____. *O que as empresas podem fazer pela reabilitação do preso*. Org. Roberto da Silva. São Paulo: 2001.

_____. *Sumário da Pesquisa Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social empresarial no Brasil em 2008*. São Paulo: 2009

INSTITUTO DE PESQUISA ECÔNOMICA APLICADA - IPEA. *A Iniciativa Privada e o Espírito Público: A evolução da ação social das empresas privadas nas regiões Sudeste e Nordeste*. Brasília: IPEA, 2005.

_____. *Ação social das empresas do sudeste: quem são e onde estão, em 2003?*. Brasília: IPEA, 2004.

JACQUES, M.G.C.. *Identidade e Trabalho: uma articulação indispensável*. In: Tamayo, A., Borges-Andrade, J.E. e Codo, W. *Trabalho, Organizações e Cultura*. São Paulo: Cooperativa de Autores Associados, 1996, p. 21-26.

LALANDA, Piedade. *Sobre a metodologia qualitativa na pesquisa sociológica*. In: *Revista Análise Social*, Lisboa, vol. XXXIII (148), p. 871-883, 1998 (4.º).

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Ed. Atlas, 6ª ed, 5ª reimpr, 2007.

LIMA, Francisco de Paula. *Ética e Trabalho*. In: Goulart, I. B. (org). *Psicologia Organizacional e do Trabalho*. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2002, pp. 69-120.

LIMA, Maria Elizabeth Antunes. *A polêmica em torno da centralidade do trabalho na sociedade contemporânea*. In: Revista Destarte, Vitória, vol. 2, nº 2, segundo semestre de 2003, p. 161-194.

LIMA, Paulo Rogério dos Santos; ALIGLERI, Lilian; BORINELLI, Benilson; ASHLEY, Patrícia de Almeida. *Responsabilidade Social no Contexto Brasileiro: uma agenda em contínua expansão e difusão*. In: ASHLEY, Patrícia de Almeida. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2ª ed, 2005. p. 66-92. Cap. 4

LOPES, Jorge Bezerra Lopes; ASHLEY, Patrícia de Almeida. *Racionalidade para a ética empresarial e a gestão da empresa cidadã*. In: ASHLEY, Patrícia de Almeida. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2ª ed, 2005. p. 17-41. Cap. 2

LOUETTE, Anne (org). *Gestão do Conhecimento: Compêndio para a Sustentabilidade – Ferramentas de Gestão de Responsabilidade Socioambiental*. São Paulo: Antakarana Cultura Arte e Ciência, 2007.

MYERS, Aaron. *O Valor da Diversidade Racial nas Empresas*. In: Estudos Afro-Asiáticos, Rio de Janeiro, ano 25, nº3, 2003, p. 483-515.

OLIVEIRA, Ualison Rébula de; RODRIGUEZ, Martius Vicente Rodriguez y. *Gestão da diversidade: além de responsabilidade social, uma estratégia competitiva*. In: XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004. Anais. Florianópolis (SC): ENEGEP, 2004, p. 3833-3840.

REDE DE ARTICULAÇÃO NACIONAL PELA CIDADANIA EMPRESARIAL. *Análise da Atuação dos Núcleos da Rede Ace*. Belo Horizonte: 2009. Disponível em:

<http://www.fiemg.org.br/admin/BibliotecaDeArquivos/Image.aspx?ImgId=20033&TabId=7236>. Consulta em: 20/11/2010.

REIS, Carlos Nelson dos; MEDEIROS, Edgar Luiz. *Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social. Meios Propulsores do Desenvolvimento Econômico e Social*. São Paulo: Ed. Atlas S.A., 2007, p. 5-20

SARAIVA, Luiz Alex Silva; IRIGARAY, Hélio Arthur dos Reis. *Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso?* In: Revista de Administração de Empresas, vol. 49, nº 3, São Paulo: Jul/Set. 2009, p.20-29

SECRETARIA DE ESTADO DE DEFESA SOCIAL. SUPERINTENDÊNCIA DE PREVENÇÃO À CRIMINALIDADE. *Prevenção Social à Criminalidade – A Experiência de Minas Gerais*. Belo Horizonte: Governo do Estado de Minas Gerais, 2009.

TENÓRIO, Fernando; et al. *Responsabilidade Social Empresarial*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2ª ed, 2006.