

INTERNACIONALIZAÇÃO, DISPUTAS SOCIAIS E AÇÃO DOS INTERMEDIÁRIOS NA CONSTRUÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL BRASILEIRA

ELISA NOGUEIRA NOVAES BOTTA

JULIO CESAR DONADONE

Elisa Nogueira Novaes Botta es Investigadora del Núcleo de Estudos em Sociologia Econômica e das Finanças de la Universidade Federal de São Carlos, Brasil.

e-mail: elisanovaes@gmail.com

Julio Cesar Donadone es Profesor e Investigador del Núcleo de Estudos em Sociologia Econômica e das Finanças de la Universidad Federal de São Carlos, Brasil.

e-mail: donadojc@uol.com.br

Resumo

O objetivo deste trabalho é indicar as transformações que a responsabilidade social sofreu nas últimas décadas no Brasil, bem como apresentar as principais características das consultorias brasileiras, que surgiram em função da evolução e legitimação do tema nos ambientes empresariais. Para tanto, o artigo discute a evolução que o tema responsabilidade social sofreu, desde seu surgimento até os dias atuais, o surgimento e a internacionalização do debate em torno da sustentabilidade empresarial e são apresentadas as principais características das consultorias em sustentabilidade do Brasil, que servem de fio condutor para entendermos os processos de internacionalização, disputas sociais e ação dos intermediários na construção da responsabilidade social empresarial brasileira.

Summary

The objective of this work is to indicate the transformations that the social responsibility has suffered in the last decades in Brazil, as well as presenting the main characteristics of the Brazilian consultancies, that had emerged in the light of the development and legitimation of the theme in the enterprise environments. For this purpose, the present article discusses the evolution that social responsibility, as a theme, has suffered, since its rise to the current days; the appearance and the internationalization of the debate around the business sustainability and the main characteristics that sustainability consultancies presented in Brazil, which serve as guiding principle for understanding the internationalization processes, social disputes and intermediaries' action in the construction of corporate social responsibility in Brazil.

INTRODUÇÃO

Conforme salienta Assis (2010), o debate sobre a responsabilidade social (RS) atualmente gira em torno de várias abordagens, de tentativas de delimitar o que esta prática vem a ser, quais tipos de ações abrange, etc., o que acaba por demonstrar o quanto o termo está em disputa. Discutida por diversas áreas do conhecimento, criando opiniões e classificações adversas, ela pode ser considerada como movida por um interesse público, como nos aponta Torres da Silva (2000), por pressões de demandas sociais (Almeida, 2006), ser um jogo de soma positiva (Furtado, 2006) ou como um recurso temporário de marketing que visa minimizar as críticas sobre a atuação empresarial (Dupas, 2002). Pode ainda ser encarada como relacionada à cadeia de valor - fonte de oportunidade e vantagem competitiva (Porter e Kramer, 2006), como algo que vem para encobrir a perversa lógica do mercado (Demo, 2002), como movimento incorporado pelo mundo financeiro (Sartore, 2006), ou algo que significa tão e somente o cumprimento de obrigações legais (Cheibub & Locke, 2002: 284).

De qualquer forma, o debate adotado por este artigo se apoiará na cultura de responsabilidade social disseminada nos ambientes empresariais. Ao recuperar os principais fatos que determinaram os caminhos seguidos pela responsabilidade social no âmbito internacional e brasileiro, identificamos por consequência o caminho que seguiu parte do mundo empresarial e financeiro. Tal abordagem torna-se importante na medida em que nos revela dois aspectos significantes: o primeiro deles é a complexidade que o tema adquiriu ao longo de sua evolução. Pensando no âmbito das empresas e na ideia de que o espaço social é também um espaço de disputa por legitimidade e domínio, podemos dizer que a responsabilidade social vem se tornando uma das «regras do jogo». As empresas que buscam sua adoção –independente de seus interesses– buscam também o reconhecimento, a legitimidade e a permanência no campo e nele lutam para legitimar o modelo que lhe parece pertinentes para que dominem este jogo, tornando-se modelo para as demais e exercendo pressões sobre as outras empresas. Na medida em que surgem diversos mecanismos que atestam ou indicam maneiras de atestar a responsabilidade social da empresa, este espaço torna-se complexo e dinâmico, fazendo com que, muitas vezes, os empresários busquem serviços de especialistas –como consultores– como orientação neste abstruso ambiente.

O outro aspecto diz respeito à busca por legitimidade em torno deste conceito. Os agentes envolvidos neste campo, tais como terceiro setor, empresários e governo,

buscam à todo momento institucionalizar-se. Essa busca fez com que o tema se tornasse parte de um conceito mais abrangente, da «sustentabilidade empresarial», e que posteriormente, foi parar no mercado financeiro, principalmente a partir do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), indicando a mais recente forma que estes agentes encontraram para autenticar a responsabilidade social, garantindo-lhe prosperidade. Esta necessidade em tornar-se legítima perante os olhos dos que a vigiam evidencia a interação de diversos campos, ressaltada por Bourdieu, como o econômico, o organizacional, entre outros.

Segundo Bourdieu, todo campo é lugar de uma luta mais ou menos declarada pela definição dos princípios legítimos de divisão do campo (Bourdieu, 2007:150). Sendo assim, a Responsabilidade Social é um campo tal qual o descrito pelo autor: um espaço de lutas, que estrutura-se por relações objetivas em torno de objetos específicos de disputa, possuindo suas próprias normas, regras, interesses materiais e simbólicos, com divisões e hierarquias.

O terceiro aspecto indica uma das consequências do avanço do tema, como o surgimento de tipos específicos de consultorias brasileiras, que aparecerem a partir da década de 1990, especializadas em oferecer serviços voltados à Responsabilidade Social e Sustentabilidade. Tal fato nos indica a existência de um vasto mercado em torno do tema, que está em crescente ascensão.

Tendo em base o exposto acima, o objetivo deste trabalho é indicar as transformações que a responsabilidade social sofreu nas últimas décadas no Brasil, bem como apresentar as principais características das consultorias brasileiras, que surgiram em função da evolução e legitimação do tema nos ambientes empresariais.

Para explorar melhor o tema, este artigo foi organizado em 5 partes, além desta introdução. Na primeira parte, é apresentada a evolução que o tema «responsabilidade social» sofreu, desde seu surgimento até os dias atuais. Na parte 2, exploramos o surgimento da sustentabilidade empresarial. Na parte 3, são apresentadas as principais características das consultorias em sustentabilidade do Brasil. Na parte 4, são apresentadas as considerações finais, e na parte 5, as referências bibliográficas.

I) RESPONSABILIDADE SOCIAL: DA FILANTROPIA À ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

Segundo ErscoSim (2008), historicamente no Brasil as ações filantrópicas estiveram arraigadas à concepção de caridade da moral cristã. Estas iniciativas eram praticadas por instituições religiosas que se voltavam para o próximo oferecendo

seus cuidados, dando abrigo, alimentos e roupas às crianças abandonadas, idosos ou doentes. Neste contexto se sobressai a atuação das Santas Casas de Misericórdia, caracterizando a chegada da filantropia no Brasil a partir de suas primeiras instalações, em meados do século XVI (Beghin, 2005).

Nesse ínterim, segundo Assis (2010), surgem também associações empresariais que introduzem princípios éticos em sua gestão empresarial, e aproximam a ação da empresa do pensamento religioso da época - atuante no processo de redemocratização do Estado de direito no país (Cappellin e Giffoni, 2007). A Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE) é um exemplo. Fundada em 1961 em São Paulo, filial da *International Christian Union of Business Executives* (UNIAPAC), foi a primeira instituição a trabalhar com a consciência social no campo das empresas no país. Suas ações, das quais se destacam a publicação da Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas em 1965 e do Decálogo do Empresariado em 1974, fizeram com que o papel social das empresas fosse pauta de debates, apresentando em seguida uma proposta cujo objetivo era a ligação entre os negócios e a responsabilidade social.

Esta entidade, cuja missão era/é estabelecer ligações entre o espaço das organizações empresariais e o contexto social, de modo que as «ações sociais sejam um instrumento útil para a construção de uma nova cultura empresarial» (Cappellin e Giffoni, 2007: 7), teve ainda participação no desenvolvimento da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), surgida logo após o fim do regime militar.

No entanto, a partir dos anos 1980, o país passou a vivenciar um novo período, que traria mudanças significativas no cenário brasileiro: o fim do regime militar, o advento da globalização econômica e financeira, a novidade gerencial da reestruturação do trabalho e o encolhimento do Estado.

Em resposta à crise política e econômica, os movimentos sociais colocam novas pautas de discussão na esfera pública. Doimo (1995) *apud* Teixeira (2003) aponta as grandes redes sociais desenvolvidas em torno de instituições tais como partidos clandestinos e oficiais, academia científica, grupos de esquerda, a Igreja Católica, ONGs, organizações de movimentos populares brasileiros (como movimentos populares, grupos feministas, étnicos, raciais e ecológicos) como os responsáveis pelo surgimento de uma linguagem comum que valorizava as relações cotidianas, promovia articulações entre os movimentos, induzia os indivíduos a se sentirem sujeitos de suas próprias ações e a duvidarem dos formatos convencionais de representação política (Teixeira, 2003: 39).

Temas como «meio ambiente» e «direitos humanos» passaram a ser assuntos novos, que demandavam ações que não fossem político-partidárias, mas que desenvolvessem o mundo voltado ao ser humano e seus direitos. Conforme aponta Gohn (2011), «os movimentos sociais dos anos 1970/1980, no Brasil, contribuíram decisivamente, via demandas e pressões organizadas, para a conquista de vários direitos sociais, que foram inscritos em leis na nova Constituição Federal de 1988».

Nesse momento, o Estado voltava a ter a responsabilidade pelo enfrentamento das questões sociais; no entanto, a crise econômica que afetava o país em 1980 agravou os problemas sociais, dificultando ainda mais sua resolução (Fagnani, 2005). O desdobramento desta crise na década posterior coincidiu com o cenário de paulatina aceitação do ideário neoliberal, que inseriu a ideia de diminuição do Estado a fim de que se tornasse mais ágil e eficiente, o que não era possível diante do estilo de gestão e do perfil dos gastos sociais que vigoravam na época (Roberto, 2006). Tal como aponta Bresser Pereira (1998), em convergência com a abertura econômica, ganhava evidência o discurso sobre a reforma do Estado, que segundo o autor, propunha a redefinição do papel do Estado visando a privatização, terceirização e a publicização.

Este contexto gerou diversos desdobramentos, como o aumento de poder da empresa na sociedade (Cheibub & Locke, 2002) e a concepção de responsabilidade social empresarial passou, então, a ter como princípio a incorporação das instituições assistencialistas aos movimentos sociais, culminando na criação das ONGs, (que posteriormente, passariam a ser fortes representantes dessas «campanhas», mediando o coletivo organizado e o sistema de poder governamental), formando uma marcante parceria entre empresa privada e terceiro setor no que concerne à ampliação e efetividade das práticas de ações sociais.

Essa parceria, tal como as ações sociais que nasceriam como consequência no ambiente corporativo, pautadas neste momento no discurso pró-sociedade e pró meio ambiente, servirão como legitimadoras das práticas de mercado (que tenderiam a ser inaceitáveis levando-se em consideração o contexto sociopolítico do país).

Como resultado desses movimentos, se consolida o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) no início da década de oitenta; posteriormente, em 1995, observa-se o surgimento formal do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) –exemplo de parceria entre empresas e terceiro setor para obter resultados de longo prazo em relação à cidadania empresarial– e, em seguida, em 1998, o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, pautado por uma noção de uma sociedade de parcerias, que passou a dominar o cenário nacional.

Fundado em 1981 por Herbert de Souza –o Betinho– o IBASE foi pensado como uma organização não temática que realizasse um acompanhamento crítico das políticas públicas e lutasse pela democratização da informação, levando até a maioria da população a base. A maior contribuição do instituto para o desenvolvimento da responsabilidade social no Brasil foi o início de uma construção da «cidadania empresarial» a partir da popularização e cobrança por maior transparência das empresas para o público em geral, para os atentos consumidores e para os acionistas e investidores. Ao ressaltar a importância de um programa de auditorias sociais e publicações sobre a atuação social das empresas, o Instituto lançou em meados da década de 1990, um modelo de Balanço Social (o modelo IBASE de balanço social).

Conforme divulgado pelo Instituto, esse balanço social representa a publicação anual de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais direcionadas tanto para empregados quanto para investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade, e que pode ser considerado como um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social pelas empresas.

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente. O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta (IBASE, 2011).

Já o GIFE, juntamente ao Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) e ao Instituto Ethos, representam no País o lado «neofilantropia empresarial» (Sartore, 2010 citando Beghins, 2005).

A origem do GIFE se deu em 1989, quando diversas organizações empresariais criaram em São Paulo um grupo de discussões sobre filantropia. No entanto, foi durante a década seguinte, mais especificamente em 26 de maio de 1995, que foi realizada a Assembléia de Constituição do GIFE, com a presença de 25 organizações, tendo como seu primeiro documento aprovado o Código de Ética. Segundo Carrion e Garay (2000), a principal contribuição deste grupo foi o surgimento da ideia de «Investimento Social Privado». Segundo Sartore (2010), a construção da ideia de investimento social privado pode ser associada à ideia de neofilantropia empresarial no que concerne a sistematização da gestão da pobreza em contra-

ponto à filantropia empresarial, impulsionada por um sentimento religioso no qual a ajuda é dada por esmolas e doações por parte dos empresários. Ou seja, a neofilantropia empresarial é implantada por instituições nos anos 1990 com o objetivo de gerir continuamente a pobreza e não mais erradicá-la. Sendo assim, o Investimento Social Privado, segundo o GIFE, consiste no «repasso voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público»¹.

Segundo Sartore (2010), dentre os co-fundadores do GIFE, encontramos Antônio Martinelli, o qual trabalhou como consultor na então *Price Waterhouse* e foi diretor de Recursos Humanos da loja de varejo C&A, antes de assumir a presidência da Fundação C&A, a qual o levou ao GIFE. Para além, o GIFE contou com a co-fundação de Margarida Ramos, diretora de responsabilidade social das organizações globo e de Evelyn Ioschpe, da empresa Ioschpe-Maxion, então atuante no setor automotivo e ferroviário.

Ao contrário dos fundadores do IBASE, estes profissionais têm em comum a atuação em grandes empresas assim como na direção de suas fundações. Trata-se de um grupo de executivos atuantes na década de 80 e que incorporaram a ideia de atuação social realizada de maneira mais sistemática pelo empresariado nacional. Assim, elaboraram a ideia de investimento social privado que posteriormente viria a ser considerado um aspecto da responsabilidade social empresarial (Nogueira; Schommer, 2009).

O nascimento do Instituto Ethos de responsabilidade social, em 1998, considerado um marco na transformação do pensamento voltado à responsabilidade social no Brasil, assim como a Fundação Abrinq, foram criados por pessoas que anteriormente, faziam parte do PNBE.

O PNBE nasceu em 1987, fruto da crise política da década de 1980, que opôs empresários a favor da intervenção estatal na economia versus empresários a favor de uma ideologia neoliberal. Tal fato, segundo Sartore (2010), propiciou uma nova distinção entre o empresariado nacional e a consequente formação de novos grupos de representação de interesses, tal como o PNBE e o Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial (IEDI). Segundo o PNBE os jovens que lhe deram origem.

¹ Para maiores informações http://www.gife.org.br/ogife_investimento_social_privado.asp (acessado em: 06/09/2011).

Compartilhavam a convicção de que:

«as lideranças das entidades empresariais haviam perdido representatividade, por não democratizar internamente suas associações e manter uma postura estreita e corporativista, em contraposição à desejada atuação comprometida com as grandes questões econômicas e sociais (...). Rapidamente, aqueles jovens empresários convidaram o empresariado para uma audiência pública com o ministro [da Fazenda, Dilson Funaro, tinha sido substituído pelo economista Luiz Carlos Bresser Pereira, que lançara o plano Bresser] no Centro de Convenções do Anhembi, em São Paulo (...) a fim de questionar o ministro diretamente sobre o novo plano econômico (...). O evento marcaria o lançamento do PNBE (PNBE, 2011)»².

Segundo Assis (2008), o grupo que formou o PNBE consiste em empresários que participavam da Federação de Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), mas, no entanto, criticavam-na, pois acreditavam que «os empresários queriam mais independência e consideravam a FIESP muito ligada ao governo e em constante posição de confronto com os sindicatos» (Assis, 2008:34).

Apesar de gozar de homogeneidade quanto aos objetivos de seus integrantes, a PNBE acabou se dividindo nas eleições de 1994: parte do empresariado que compunha o grupo do Pensamento optou em apoiar Partido dos Trabalhadores (PT) enquanto outros advogaram pela manutenção do instituto fora de questões políticas. Como resultado, o grupo de apoio ao PT formou a Associação Brasileira de Empresários pela cidadania (Cives) sob a liderança de Oded Grajew, composta de pessoas que não queriam se filiar ao partido, mas queriam dialogar com ele (Assis, 2008; Pomar, 1995). Assim, a coalizão entre PT e Cives foi representativa da entrada de empresários nas discussões no âmbito do partido dos trabalhadores a partir do fortalecimento da ideia de que os empresários deveriam reconhecer o conflito entre o capital e o trabalho e tentar resolvê-lo. Seu fundador (Oded Grajew) passou a ser conhecido como «o primeiro empresário a se aproximar de Luiz Inácio Lula da Silva»³, e em 2003, se tornaria seu assessor.

² Para maiores informações, <http://www.pnbe.org.br/historico.html> (acessado em: 06/09/2011).

³ Tal referência se torna importante tendo em vista a força e o prestígio que o futuro presidente do Brasil –Luiz Inácio Lula da Silva– adquiriria alguns anos depois.

Em 1990, mesmo ano da promulgação do Estatuto da Criança e do Adolescente, membros associados ao PNBE –mais especificamente Oded Grajew e Emerson Kapaz– criaram a Fundação Abrinq. O objetivo era defender os direitos da criança e do adolescente principalmente no que concerne ao trabalho infantil. Segundo Agüero (2005), um pequeno grupo da Abrinq passou a estudar como a Responsabilidade Social Empresarial era desenvolvida nos Estados Unidos e na Europa. Estas pesquisas levaram o grupo a entrar em contato com o *business for social responsibility* (BSR) o que levou à fundação do Instituto Ethos em 1998.

O Instituto Ethos foi criado com a função de «mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa»⁴, e foi fundado por oito agentes com trajetórias parecidas: passaram pela Fundação Getúlio Vargas e vieram do PNBE. São eles Oded Grajew, Guilherme Peirão Leal, Helio Mattar, Ricardo Young, Sérgio Mindlin, Emerson Kapaz e Eduardo Ribeiro Capobianco.

A criação do Instituto Ethos, segundo Sartore (2010), foi um importante marco para o desenvolvimento da responsabilidade social no país. Devido à sua conexão com a BSR, ele serviu como uma ponte que ligava os empresários brasileiros ao espaço internacional. Além disso, o conceito de responsabilidade social empresarial difundido pelo instituto constitui referência nacional e preponderante no Brasil. Assim, a concepção de responsabilidade social baseada na ação social do empresário voltada para todos os *stakeholders* foi difundida no Brasil pelo Ethos:

«A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e consegue incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender a demanda de todos e não apenas do acionista ou proprietário» (Ethos, 2005 citado por Sartore, 2006).

Desde 2001 o Instituto Ethos publica seu Guia de Elaboração do Balanço Social no qual contém sugestões de itens e informações que podem ser divulgados pelas empresas. Este guia visa estimular um relato dos princípios e ações da empresa, em que são apresentados os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial

⁴ Para maiores informações: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/367/o_instituto_ethos/quem_somos/missao/missao.aspx (acessado em: 10/09/2011).

e a planilha proposta pelo IBASE, sugerindo um detalhamento maior do contexto das tomadas de decisão em relação aos problemas encontrados e aos resultados obtidos (Instituto Ethos, 2011).

O balanço social, ou relatório de sustentabilidade, é um meio de dar transparência às atividades corporativas, de modo a ampliar o diálogo da organização com a sociedade. É também uma ferramenta de gestão da responsabilidade social, pela qual a empresa entende de que forma sua gestão atende à sua visão e a seus compromissos estabelecidos em relação ao tema da RS, e em direção à sustentabilidade (Instituto Ethos, 2011).

Em 1997, as Deputadas Federais Marta Suplicy, Sandra Starling e Maria Conceição Tavares criaram projeto de lei número 3.116 na tentativa de fazer-se obrigatória a elaboração e divulgação do Balanço Social para empresas com mais de 100 funcionários⁵. No entanto, a tentativa para criar um padrão de avaliação mundial só surgiu em 2000 através do *Global Reporting Initiative* (GRI), o qual fixou um modelo comum de prestação de contas e avaliação social para todas as empresas do mundo (Fatoux, 2006).

O GRI é uma Organização não governamental composta por uma rede *multistakeholders* que foi fundada em 1997 pela CERES e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP). Seu modelo de relatório consiste em um veículo que liga as práticas de responsabilidade social empresarial com as decisões de investimento, ou seja, para que o mercado da responsabilidade social empresarial seja desenvolvido extensamente, a prática de divulgação de informações sociais padronizadas mundialmente é uma condição essencial.

Elaborar relatórios de sustentabilidade é a prática de medir, divulgar e prestar contas para stakeholders internos e externos do desempenho organizacional visando ao desenvolvimento sustentável. «Relatório de sustentabilidade» é um termo amplo considerado sinônimo de outros relatórios cujo objetivo é descrever os impactos econômicos, ambientais e sociais (*triple bottom line*) de uma organização, como o relatório de responsabilidade social empresarial, o balanço social etc. Esse tipo

⁵ Neste documento, as principais informações requeridas referem-se à faturamento bruto, lucro operacional e folha de pagamento bruta da empresa, número de empregados existentes no início e no final do período, número de admissões e demissões durante o período, impostos pagos, alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência provada, saúde, segurança no trabalho, educação, valor total da participação dos empregados no lucro da empresa, outros benefícios, contribuições para a sociedade, e investimentos em meio ambiente.

de documento deve oferecer uma descrição equilibrada e sensata do desempenho de sustentabilidade da organização relatora, incluindo informações tanto positivas como negativas. Um relatório de sustentabilidade baseado nas diretrizes da GRI divulga os resultados obtidos dentro do período relatado, no contexto dos compromissos, da estratégia e da forma de gestão da organização (GRI, 2006: 4).

Em um primeiro momento, o GRI lançou um modelo padrão de divulgação social de qualquer setor empresarial, porém, com a sua evolução, modelos de relatório setoriais foram sendo criados como o dos serviços financeiros em 2004. Em 2006, aparece um crescimento de 20% na utilização de relatórios de sustentabilidade no Brasil (Paulino, 2006), e em 2010, o Brasil registrou um crescimento de 68% relativo ao ano anterior, de 2009 (GRI, 2011). No ano de 2008 existiam pouco mais de 1.100 empresas lançando relatórios de sustentabilidade social baseados no GRI. Destas, 515 eram companhias europeias. No Brasil, no meio empresarial, a Natura foi uma das primeiras empresas que investiu em práticas de responsabilidade social.

Entretanto, a participação brasileira foi bastante discreta. Até 2007, somente 32 empresas adotaram o padrão. Já em 2008, 67 empresas sediadas no Brasil registraram relatórios junto à entidade. Junto aos fundos de pensão, a Previ e a Petros são os porta-vozes da temática.

Segundo dados empíricos, o número pequeno de relatórios se justifica pelo grau de complexidade de cada modelo e pelo mercado de ações do Brasil ainda estar em desenvolvimento. No entanto, o interesse empresarial em divulgar o comprometimento com práticas de responsabilidade social empresarial, aliado ao impulso dado pelas consultorias no sentido de criar demanda para esse tipo de serviço, fez com que a quantidade de informações disponibilizadas publicamente aumentasse gradativamente. Para Santos e Carvalho (1997), a publicação do balanço social deve ser vista como um indicador de excelência empresarial. Além disso, a complexidade da economia moderna ampliou os grupos que têm interesses legítimos no desempenho das empresas e, dessa maneira, exige-se que as informações divulgadas por elas atendam a diferentes usuários e não somente investidores (Hendriksen; Van Breda, 1999). Segundo Kênia (2002), o empresário pode perder um bom negócio pela ausência de um balanço social das credenciais de sua companhia.

Logo as empresas brasileiras sentiram a pressão por transparência nos negócios, baseadas nos critérios da responsabilidade social empresarial, e passaram a

adotar os balanços sociais como forma de tornar públicas essas ações, a partir de procedimentos que contavam com a transparência para o público em geral –para os consumidores e para os acionistas e investidores– sobre o que estava fazendo na área social e ambiental, fora de seu plano físico.

Tal fato nos indica o surgimento de uma nova maneira de pensar na organização, por parte do empresariado brasileiro: em busca de um diferencial em relação à forma de dirigir a empresa tradicional –como ator político fraco no que se refere às preocupações sociais– estes inauguram novas direções: a partir da criação e participação em institutos e organizações não-governamentais (como o próprio Instituto Ethos, o Instituto Akatu, a Fundação Abrinq, Instituto Transparência Brasil e etc), e principalmente, aumentando as publicações de ações que comprovem esta nova preocupação.

Segundo Assis (2010), considerando-se o contexto no qual o ambiente corporativo se encontra, torna-se imprescindível sua preocupação com outros atores sociais, os capazes de interferir no seu desenvolvimento, através da perda de legitimidade. Passa-se então a valorizar atores que antes não interessavam a elas como governo, comunidade, organizações do terceiro setor, etc. Estes atores tornam-se tão relevantes para o desenvolvimento de sua imagem positiva, que passam a ser inseridos no campo organizacional como parceiros em programas de responsabilidade social.

Podemos afirmar, portanto, que o desenvolvimento do terceiro setor no Brasil foi importante para a transformação da responsabilidade social no país e da sua utilização como estratégia da empresa. Sua expansão faz com que as empresas notem uma chance de vincular desenvolvimento de projetos de cunho social e assim, obtêm maiores resultados (Fischer, 2002; Sartore, 2006).

A força destes institutos, e seu poder de legitimar conceitos e maneiras de agir das empresas mostram-se cada vez mais fortes no Brasil. Atualmente, o Instituto Ethos conta com 1480⁶ empresas associadas –empresas de diferentes regiões, setores e portes– que juntas, têm faturamento anual correspondente a cerca de 35% do PIB brasileiro e empregam em torno de 2 milhões de pessoas.

⁶ Informação de 16/05/2012 pelo site http://www.ethos.org.br/sistemas/empresas_entidades/empresas_associadas/lista_geral/index.asp.

I.a) Os incentivos brasileiros à transparência. O Novo Mercado

No ano de 2000, a Bolsa de Valores de São Paulo criou o «Novo Mercado» (NM), um segmento especial de listagem que ofertava às empresas que negociavam suas ações, a opção de aderirem às práticas de transparência. Cavalcanti e Misumi (2001) ressaltam que este segmento não fora criado com a intenção de substituir a Bolsa de Valores, mas com a finalidade de listar as ações emitidas por empresas que se comprometessem com regras diferenciadas com relação àquelas exigidas pela legislação brasileira, criando um ambiente mais adequado para as empresas, a partir de melhores práticas de governança corporativa.

Essas «regras», consolidadas no regulamento de listagem do NM, ampliam os direitos dos acionistas, melhoram a qualidade das informações usualmente prestadas pelas companhias, bem como a dispersão acionária e, ao determinar a resolução dos conflitos societários por meio de uma Câmara de Arbitragem, oferecem aos investidores a segurança de uma alternativa mais ágil e especializada.

A fim de incentivar a migração das empresas para o NM, a Bovespa solicitou um trabalho de pesquisa para o Departamento de Economia da USP que detectou segundo Carvalho (2003): «(...) que a migração tem impacto sobre a valorização das ações aumentando o volume de negociação e liquidez». Neste estudo, as empresas selecionadas possuem ações na carteira do *Fund Ethical*⁷.

Para a escolha das empresas que fariam parte desta carteira no Brasil, além do histórico de boa rentabilidade, foram levadas em consideração as práticas sociais. Para analisar essas práticas, o banco contou com a assessoria das ONGs como o IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa), Instituto Ethos e Amigos da Terra. Tal fato denuncia a parceria entre a governança corporativa e responsabilidade social no mercado financeiro.

Podemos entender este movimento como o embrião do que posteriormente se tornaria a inserção da sustentabilidade empresarial neste espaço. Tal fato nos indica uma inicial mudança de cognição num universo dominado por investidores educados pelo *mainstream* das finanças.

⁷ Pioneiro no Brasil em investimento em ações de empresas socialmente responsáveis, este fundo de ações foi lançado pelo Banco ABN AMRO Asset Management em novembro de 2001. A existência desse fundo de investimento em outros países é bem sucedida, pois baseia-se na ideia que a empresa-cidadã é sólida e mais segura para investidores.

I.a.1) A ISO26000

Durante uma reunião do Comitê de Políticas de Consumidores da ISO (Copolco) em 2001 foi cogitado, pela primeira vez, a criação de uma norma global de responsabilidade social, no entanto, o documento só passou a ser discutido em 2005. Após cinco anos de desenvolvimento, em 2010, foi lançada oficialmente a ISO26000, a primeira norma internacional de responsabilidade social.

A norma, que foi construída com a participação de diversos setores da sociedade, envolvendo cerca de 450 especialistas de 99 países e quarenta organizações internacionais e regionais, visa servir como um importante norte para as corporações. Diferentemente das demais⁸, caracteriza-se como uma norma de diretrizes sem propósito de certificação que pode ser aplicada em empresas, ONGs, governos, etc., que procura orientar as organizações em vários aspectos: direitos humanos, práticas de trabalho, meio ambiente, governança e questões de implementação das práticas sociais.

A partir de sua publicação, no dia 1º de novembro de 2010, passou a definir responsabilidade social como a responsabilidade de uma organização sobre os impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente através de comportamento transparente e ético que contribua para o desenvolvimento sustentável. Incluindo saúde e o bem estar da sociedade, levando em conta a expectativa das partes interessadas, de acordo com as leis aplicáveis e consistentes com as normas internacionais de comportamento, integrada através da organização e praticada nos relacionamentos desta (ISO 26000, 2011).

Embora a ABNT tenha divulgado o propósito da ISO26000 de unir diferentes visões sobre a responsabilidade social⁹, Assis (2010) aponta a presença maciça

⁸ As normas ISO (International Organization for Standardization) são documentos que fornecem requisitos, especificações, diretrizes ou características que podem ser usados de forma consistente para assegurar que materiais, produtos, processos e serviços estejam adequados para o seu propósito. Dentre as centenas de normas ISO criadas, as mais populares são ISO 31000 de gestão de risco; ISO 9000 de gestão da qualidade; ISO 26000 de Responsabilidade Social; ISO 14000 de gestão ambiental; ISO 50001 de Gestão de energia; ISO 22000 de Gestão de Segurança Alimentar; ISO 3166 de Códigos de países; ISO 4217 de Códigos de moeda e ISO 639 de Códigos de idiomas (iso.org, 2012).

⁹ A ABNT NBR ISO 26000 foi elaborada na Comissão de Estudo Especial de Responsabilidade Social, que participou ativamente da elaboração da ISO 26000, cujo conteúdo técnico foi amplamente discutido e divulgado no Brasil em eventos e reuniões desta Comissão, utilizando também o processo multi-partite (ABNT, 2013).

de empresários nos dois dias do evento realizado com a finalidade de debater os princípios da ISO26000, ocorrido em 02 e 03 de março de 2009 em São Paulo. Na ocasião, estiveram presentes Ana Paula Grether, coordenadora do relatório de sustentabilidade da petrobras e representante da Indústria na delegação brasileira na ISO 26000, Jorge Cajazeira, gerente corporativo de competitividade da Suzano Papel e Celulose e presidente do Grupo de Trabalho Internacional da ISO 26000; Eduardo São Thiago, gerente de Relações Internacionais da ABNT e co-secretário do Grupo de Trabalho Internacional da ISO 26000; Kevin McKinley, vice-secretário geral da ISO, além de representantes da Fiesp, da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e demais participantes da delegação brasileira na ISO.

Este fato não nos serve como dado estatístico, uma vez que outros eventos tanto no Brasil quanto em outros países ocorreram para debater o assunto, mas, segundo a autora, pode levar a refletir o interesse das partes envolvidas em fazerem-se presentes neste debate após que a cada etapa era fechado algum ponto da norma.

De qualquer forma, a responsabilidade social e as relações que a partir dela são estabelecidas se tornam não apenas uma alternativa para as empresas, mas a alternativa, para que melhorem sua imagem institucional e consigam melhores posições dentro de seu campo de atuação, principalmente a partir da visibilidade que ganham inserindo-se no contexto de sustentabilidade, que tem maior amplitude e significância. Como legitimadora das ações empresariais, ganha espaço também no mercado financeiro, que segundo Sartore (2010) foi possível a partir do encontro da governança corporativa com o movimento da responsabilidade social no Brasil. A próxima parte tratará deste acontecimento.

I.b) Uma nova fase

Atualmente, a responsabilidade social empresarial está no centro das discussões das principais economias do mundo e é praticamente indissociável do conceito de desenvolvimento sustentável (Ethos, 2011).

Paralelamente ao desenvolvimento da ideia de responsabilidade social empresarial, a década de 1990 apresentou dois movimentos que possibilitaram a eclosão da ideia de sustentabilidade empresarial: o desenvolvimento do conceito de governança corporativa no Brasil e a incorporação da ideia de desenvolvimento sustentável a partir da realização da conferência mundial sobre o meio ambiente a ECO-92 (Sartore, 2010).

O mesmo conceito de desenvolvimento sustentável também influenciou de maneira decisiva a legitimidade dos movimentos sociais em torno da temática ambiental, fato que será tratado posteriormente nesta tese. Percebe-se, portanto, que esta idéia-chave une os universos em questão, merecendo destaque nesta pesquisa.

Esta parte deste trabalho demonstrará como surgiu o conceito de governança corporativa, buscando indicar sua relação com o conceito de responsabilidade social empresarial. Para isso, é preciso recorrer ao surgimento do conceito de «desenvolvimento sustentável», tal como a ideia de «sustentabilidade empresarial», como chave para tal resposta.

I.b.1) A Responsabilidade Social e Governança Corporativa

A origem do conceito de governança corporativa, segundo Ocasio (2005), ocorreu durante um contexto de escândalos de prestação de contas, representados pelo caso da ENRON¹⁰. Tal fato trouxe consequências à posição dos acionistas norte-americanos, que buscando maior segurança, foram levados a recuperar o movimento da governança corporativa como uma ferramenta de criação de valor e construção da transparência na relação entre proprietário e executivo.

A partir daquele momento, a relação empresas-mercado de capitais norte-americanos, antes problemáticas, passou a ser vista como um trunfo. Segundo Grun (2004), ela passa a ser uma fonte poderosa de «governança» para as empresas daquele país, obrigando seus administradores profissionais a pensarem prioritariamente nos acionistas, seja por meio da distribuição de dividendos, seja por intermédio da valorização do preço e do aumento de liquidez das ações das empresas. Tal fato proporcionou conforto e segurança aos investidores, e como consequência, capitalistas de todo o mundo passaram a investir prioritariamente nas empresas norte-americanas, dotando-as de fundos para se desenvolver e ultrapassar a concorrência estrangeira, que correlativamente, por não adotar a mesma governança, perdia a preferência dos investidores.

¹⁰ A Enron, grande empresa americana do setor de energia, pediu concordata em dezembro de 2001, após ter sido alvo de uma série denúncias de fraudes contábeis e fiscais. Com uma dívida de US\$ 13 bilhões, o grupo arrastou consigo a Arthur Andersen, que fazia a sua auditoria. Segundo investigadores federais, a Enron criara parcerias com empresas e bancos que permitiram manipular o balanço financeiro e esconder débitos de até US\$ 25 bilhões nos últimos dois anos. Fonte: Jornal Folha de São Paulo, disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/sinapse/ult1063u416.shtml> (acessada em: 22/09/2011).

Esse modelo de «governança corporativa» americana tornou-se um artigo de excelência, e passou a ser exportado para o mundo todo, difundido, principalmente, pelas empresas de consultoria e grandes escolas de economia. Torna-se, portanto, «a extensão do poder simbólico associado a um produto cultural bem legitimado» (Grun, 2004).

Ao traçar os pontos da evolução da governança corporativa no Brasil, Grün (2005) demonstra como a temática social e ambiental se aproxima da governança corporativa no país. Segundo ele, a responsabilidade social incorpora-se ao esqueleto da governança corporativa «por prevenir as empresas dos riscos morais» compreendidos aqui como riscos inerentes ao comportamento questionável dos membros da empresa por meio de condutas ilícitas. A partir deste estímulo para que os empregados e dirigentes das empresas sejam dotados de boa moral, as atitudes dignas de honra acabam por diminuir os riscos de ações questionáveis.

A introdução deste novo modelo de governança no Brasil ocorreu em 1999, pelo Instituto Brasileiro de Conselheiros de Administração (IBCA) fundado em 1995. A ideia era fortalecer a atuação [do] órgão de supervisão e controle nas empresas. Com o passar do tempo, entretanto, as preocupações se ampliaram para questões de propriedade, diretoria, conselho fiscal e auditoria independente (IBGC, 2011).

Sua formação inicial era composta por profissionais internacionalizados (o próprio fundador do IBGC não é brasileiro), atuantes em São Paulo e representantes do grupo de acionistas de grandes empresas (Sartore, 2010). A partir da admissão do novo conceito, o instituto passa a ser conhecido como Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Segundo Grun (2004), a «boa» governança corporativa pode ser vista como a consagração do entendimento de que as empresas são dos acionistas e, assim, que o poder dos administradores profissionais é espúrio e deve ser constantemente monitorado para «alinhar seus interesses» aos dos verdadeiros donos. Se o ideário da governança corporativa é o controle e monitoramento das ações comerciais dentro de uma corporação, no Brasil, os fundos de pensão aparecem na qualidade de acionistas, como importante instrumento de coordenação e de monitoramento constante das grandes empresas.

II) SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Há hoje um conflito entre as várias compreensões do que seja «sustentabilidade». Com base nos trabalhos e nas recomendações feitas pela Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano, em 1972 (Conferência de Estocolmo), que apresentara as preocupações ambientais à esfera de desenvolvimento político formal, formou-se, em 1984, a Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas, com membros de 21 Países e presidida por Gro Harlem Brundtland. A comissão trabalhou durante novecentos dias para publicar seu relatório *Our Common Future*. Nesse momento, o termo «desenvolvimento sustentável» finalmente fora definido como «a capacidade de prover o crescimento e suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas» (Brundtland, 1987), o que significa prover o melhor para a economia, para as pessoas e comunidades envolvidas e para o meio ambiente, tanto agora quanto em futuro indefinido, através de boas práticas.

Embora o conceito tenha sido definido e aprovado pela grande maioria dos participantes, o mesmo ainda parecia utópico e vago para ser, de fato, adotado pelas organizações, o que dificultava a elaboração de um plano de ações que promovesse a sustentabilidade no plano empresarial (Drummond, 1999).

Com o objetivo de tornar mais aplicável o desenvolvimento sustentável no ambiente corporativo, o sociólogo e consultor britânico John Elkington tornou-se figura importante na história da construção da Sustentabilidade no mundo a partir da criação das ideias baseadas no *triple bottom line* (3P), lançadas de forma inédita em seu livro *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*¹¹. Nesta obra, o autor ampliou o conceito, criando os princípios utilizados até hoje, baseados na ideia de *People, Planet and Profit* (Pessoas, Planeta e Lucro – 3P) através da qual uma empresa é avaliada pelas suas dimensões sociais, econômicas e ambientais. Tal ideia evidencia, de forma inédita, o cotejamento entre a dimensão ambiental e social no ambiente corporativo.

O autor argumenta que os negócios serão feitos em mercados muito mais abertos à concorrência, e que a Sustentabilidade se tornará uma condutora neste novo ambiente operacional.

¹¹ Tradução em português como «canibais com garfo e faca».

II.a) Sustentabilidade no Brasil

A «sustentabilidade empresarial» criada por Elkington e expressa nas ideias de *Triple Bottom Line* passou a ser difundida mundialmente, e foi incorporada explicitamente no Brasil pelo Instituto Ethos. Segundo Sartore (2010), tal fato fica evidente a partir da participação de John Elkington no Conselho Internacional do Instituto Ethos e pela participação do presidente do Instituto Ethos¹² - Ricardo Young - como membro da Consultoria *SustainAbility* (até 2010).

No Brasil, a sustentabilidade empresarial passa a ser representada pelo Instituto Ethos no que se refere à um de seus três princípios: *people*. O segundo deles, *planet*, inicialmente era representado pelo FBDS e CEBDS, no Rio de Janeiro. A parte do *profit* ficou a cargo da governança corporativa, que, conforme descrito anteriormente, prega o foco nas boas relações das empresas com seus acionistas. Na medida em que incorporar as dimensões sociais da empresa (todos os seus *stakeholders*) junto a sua dimensão financeira (*shareholder*) passou a significar sustentabilidade empresarial, a RS, juntamente à governança corporativa, tornam-se aliadas.

A maior interseção entre a esfera financeira e a esfera da sustentabilidade no caso do Brasil foi a partir do ISE. Criado no ano de 2005 pela então Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (BOVESPA). A criação deste índice, segundo Sartore (2010) foi a janela para que se tornasse possível a compreensão das lutas simbólicas nas quais estão envolvidos por um lado, investidores educados pelo *mainstream* das finanças, situados em um «bazar da racionalidade» (Godechot, 2000) e, de outro, investidores que buscavam construir uma nova racionalidade no intuito de se transformarem em *mainstream*.

III) CONSULTORIA NO BRASIL – A CONSTRUÇÃO DE UM MERCADO

O avanço significativo da «financeirização» pode ser a chave para entendermos as transformações pela qual o universo das consultorias passou nas últimas décadas. As privatizações, a partir da década de 1990, transferiram para setores privados grandes empresas estatais, além de fortalecer novos agentes como os fundos de pensão e bancos. Essas transformações vieram acompanhadas da crescente presença

¹² Até o momento em que esta parte da tese fora escrita, em 2011, este era o posto de Ricardo Young no Instituto.

de investidores internacionais, que representavam um novo arranjo de controle acionário para o conjunto das maiores empresas brasileiras.

Da mesma forma como aconteceu nos Estados Unidos alguns anos anteriormente, esse novo controle acionário trouxe à tona a necessidade do serviço de especialistas, os consultores, que seriam fundamentais para mudar drasticamente as formas de gerenciar as organizações. Essa atividade passou a ocupar cada vez mais de perto a condução das empresas manufatureiras e comerciais, primeiro na arbitragem da avaliação dos valores das empresas a serem compradas/vendidas e, em seguida, para a solução de problemas na esfera organizacional e de informática. Os «modismos gerenciais», guindados pelos gurus gerenciais internacionais na década anterior, tiveram um forte papel na disseminação de ideais gerenciais –como a reengenharia– como uma das mais influentes formas de gestão naquele momento (Donade, 2001).

Tal demanda cria um novo espaço social brasileiro, composto por dois polos distintos: de um lado estavam as empresas oriundas de *accounting firms* e líderes do mercado mundial que, segundo Donadone (2001), chegam ao Brasil na década de 1950 acompanhando o movimento de seus clientes, as multinacionais norte-americanas. Do outro lado, os novos competidores brasileiros, que apesar de formarem um universo de «*milhares de pequenas consultorias*» (Donadone, 2001), apresentavam uma posição de competição mitigada e praticamente não reconhecidos. Deste lado, as mais frequentes eram as que congregavam agentes relacionados às universidades. A base utilizada para adquirirem legitimidade relacionava-se à aplicação dos conceitos acadêmicos de seus professores-consultores.

A falta de disseminação contundente de regras e fatores claros que caracterizam as competências necessárias para determinado profissional atuar como «consultor» acabou abrindo espaço para que surgissem diversos perfis de consultores no mercado brasileiro. Embora o IBCO (Instituto Brasileiro dos Consultores de Organização) divulgue um modelo universal de competências e conhecimentos para a atividade de consultoria, as fronteiras do universo social deste artigo não se reduzem às fronteiras formais ou institucionais, pois elas não existem. Ou seja, não existe em parte alguma codificação e controle estrito da noção de «profissão» (Klamer e Colander, 1990), e o espaço social limita-se ao conjunto dos indivíduos que participam do jogo, na busca de produzir resultados que satisfaçam à empresa contratante.

Ao mesmo tempo em que a figura do consultor, associado ao principal vetor de difusão e implantação das novas formas de gestão vigentes na época ganhava

popularidade e «profissionais», novos serviços –ou modismos– como certificações sobre procedimentos de gestão e de processos produtivos, representados principalmente pelas normas ISO, passavam a fazer parte dos pacotes oferecidos por estas consultorias. Além disso, a diversificação do porte, bem como a formação dos consultores passou a ser uma característica nova neste mercado que se expandia.

III.a) Consultoria em Sustentabilidade

Uma forte estratégia dos consultores para mostrar seu valor e sua capacidade para criar demanda por seus serviços, é a disseminação de noções mais amplas de gestão do modismo (Kipping & Kirkpatrick, 2011). Os modismos de maior sucesso são aqueles que criam «uma percepção de maior controle» e prometem «grandes avanços no desempenho» (Kieser, 2002, p. 174).

Esses «modismos» voltados à gestão social e ambiental no Brasil foram inicialmente oferecidos pelas consultorias tradicionais, as *accounting firms*, como PriceWaterhouseCoopers, BDO Trevisan, Ernst & Young, KPMG e Deloitte Touche Tohmatsu.

Do outro lado, segundo Novaes (2010), influenciado por estas mudanças, e ao mesmo tempo, acompanhando a expansão que os conceitos de RSA passavam durante a década de 1990 no Brasil, surgem as primeiras empresas de consultoria no Brasil especializadas em oferecer serviços voltados exclusivamente ao auxílio na gestão responsável e ética das empresas. Espelhando-se na experiência da consultoria de John Elkington, a inglesa *Sustainability*, essas passaram a oferecer soluções locais e relações mais próximas com os clientes, diferenciando-se assim das grandes e tradicionais.

Segundo Novaes-Botta (2013), na primeira metade da década de 1990, existiam cerca de oito empresas como estas no país, e a demanda ainda era tímida. No entanto, no final da mesma década, esse número triplicou, passando para quase 30. Passados dez anos, Novaes (2010) aponta poucas mudanças nas características deste espaço social: das pouco mais de 70 empresas deste tipo existentes no país atualmente, a grande maioria mantém a característica de empresa de pequeno porte; apresentam menos de 10 consultores no quadro de funcionários e cerca de 90% estão localizadas na cidade de São Paulo. No entanto, um fato que lhe chamou atenção foi a substituição do termo «responsabilidade social e ambiental» (RSA) por «sustentabilidade» por estas empresas.

Até meados do ano de 2000, essas consultorias associavam o termo «responsabilidade social» (RS) ou «Responsabilidade Ambiental» (RA) (também entendido como Gestão Ambiental [GA]) ao seu nome e definição dos serviços oferecidos. Durante os cinco anos seguintes, houve um conflito de cognição entre RSA e «sustentabilidade». A partir de 2006, o conceito de «sustentabilidade» passou a ser entendido como dominante no espaço social estudado. Segundo Paulino (2006), neste ano, aparece um crescimento de 20% na utilização de «relatórios de sustentabilidade» no Brasil, logo depois do lançamento do ISE.

A próxima parte deste artigo procurará entender, a partir do banco de dados, as principais características deste espaço, composto por empresas e agentes.

III.b) Características de um novo espaço social

Para que esta parte pudesse ser feita, contamos com a análise do banco de dados construído pela autora, que nos forneceu dados que possibilitaram indicar as principais características do espaço social tratado neste artigo. As informações recolhidas foram divididas em duas partes: de um lado, os dados referidos às consultorias, e do outro, aos consultores, ou «agentes» inseridos neste espaço¹³.

A primeira informação diz respeito à localização e número de consultores dessas empresas. Os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro lideram o ranking de localização dessas empresas, mas de forma desigual: o Estado de São Paulo concentra mais de 70% das empresas de consultoria em sustentabilidade, sendo que 94% destas estão situadas na região da Grande São Paulo, e o Estado do Rio de Janeiro pouco mais de 10%.

Segundo dados do IBGE, esses dois Estados juntos representam quase 50% do PIB Nacional, e das 182.396 empresas industriais com 5 ou mais pessoas no Brasil, 59.525 (mais de 32%) estão localizadas no Estado de São Paulo (IBGE, 2011). A concentração econômica e empresarial evidenciam potenciais clientes para as

¹³ As variáveis do banco de dados sobre as empresas de consultoria em sustentabilidade empresarial são: a) Cidade/Estado; b) Ano de surgimento; c) Conceito associado; d) Serviços associados; e) Tipos de serviços oferecidos; f) Número de consultores. As informações acerca dos consultores que trabalham nas empresas de consultoria em sustentabilidade são: a) Sexo; b) Graduação (curso); c) Universidade; d) Mestrado; e) Doutorado; f) MBA; g) Passagem pela FGV; h) Especialização; i) Estágio profissional no exterior; j) Passagem pela academia; k) Passagens por empresas privadas; l) Passagem por instituições do governo; m) Passagem pelo terceiro setor; n) Experiência anterior com consultoria; o) Certificado.

novas empresas de consultoria no Brasil, e novamente, a concentração em São Paulo demonstra o caráter geográfico das tendências de sustentabilidade começar nos grandes centros.

Segundo dados do IBCO referentes ao ano de 2011, das 62 empresas de consultoria com serviços diversos, associadas ao Instituto, 28 também estão concentradas no Estado de São Paulo.

Essas empresas, diferentemente das tradicionais, são empresas de pequeno porte, e a grande maioria apresenta um quadro de consultores com no máximo 5 profissionais. Sobre o ano de surgimento, podemos afirmar que mais de 41% surgiram durante o período de 2006 a 2011. Conforme escrito anteriormente, foi após a década de 1990 que observamos a expansão do mercado de consultorias no Brasil, refletindo as transformações no espaço social, bem como a importância dada aos temas sociais e ambientais naqueles períodos. Entre as décadas de 1991 a 2000, a responsabilidade social, bem como o Movimento Ambiental iniciavam um projeto de legitimação, principalmente nos ambientes empresariais. O surgimento de ONGs, como o Instituto Ethos em 1998, fortaleceram tal aliança.

O momento posterior evidencia a legitimidade que os Institutos e Terceiro Setor deram à RS e RA, bem como a importância dada à transparência e ética das empresas. Novas consultorias surgem no Brasil, e algumas delas trazem a «novidade» da sustentabilidade ao espaço. Nesse momento, percebemos que há um conflito de cognição entre a RSA e a «sustentabilidade». Tal conflito seria resolvido no momento posterior, quando a «sustentabilidade» passa a ser entendido como «dominante» no espaço social estudado, principalmente devido à introdução do conceito no mercado financeiro. Essa dominação pode ser percebida quando novamente recorremos ao banco de dados: das 73 empresas analisadas, apenas 9 não associam a palavra «sustentabilidade» ao nome da empresa ou dos serviços oferecidos.

No entanto, cerca de 61% das empresas que estão inseridas no mercado de consultorias em sustentabilidade apresenta serviços voltados à apenas um dos pilares que o conceito prevê de 3P (*people, planet and profit*, ou pessoas, meio ambiente e lucro). Fugindo do pressuposto, menos da metade dessas empresas oferecem serviços que cotejam RS e RA.

Torna-se, então, necessário entender quais são as empresas neste universo que estão, de fato, sintonizadas com o termo «sustentabilidade». Para isso, foram analisadas as doze empresas que ofereciam as informações mais completas e detalhadas em relação aos seus consultores (25 destacados por cargos e funções exercidas) e

serviços oferecidos. Chamaremos as empresas de consultoria que de fato cotejam responsabilidade social e gestão ambiental a partir dos serviços oferecidos como «consultorias em sustentabilidade cotejantes». As que oferecem serviços voltados à responsabilidade social ou gestão ambiental serão chamadas nesta pesquisa de «consultorias em sustentabilidade parcial».

Sobre o primeiro grupo, é possível afirmar, com base no banco de dados, que a maior parte delas (59%) está localizada na cidade de São Paulo, 21% na cidade do Rio de Janeiro e 20% em outras cidades. Sobre o porte dessas empresas, 67% possui apenas de 1 a 5 consultores fixos, o que indica serem empresas majoritariamente pequenas.

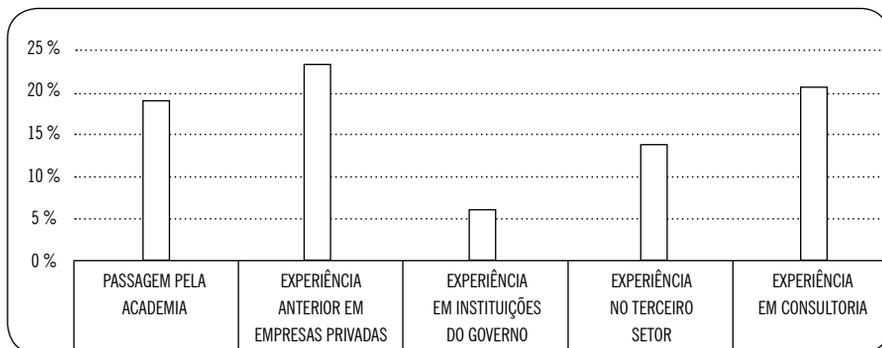
Ainda sobre o grupo das consultorias cotejantes, 64% dos consultores é do sexo masculino, 40% do total de profissionais possui mestrado na área, 20% doutorado e 28% título de especialista. Sobre a trajetória profissional desses consultores, 16% possui experiência anterior em empresas privadas, 28% possui passagem pelo terceiro setor e 8% teve alguma participação no processo de criação do ISE.

Sobre o outro grupo, das consultorias em sustentabilidade parcial, de acordo com o banco de dados, os serviços voltados à responsabilidade social são mais frequentes do que os voltados à gestão ambiental. Tal fato fica evidente quando observamos a formação dos profissionais: quase metade dos consultores têm formação acadêmica na área de Ciências humanas. Sobre os cursos de graduação dos consultores, na área de Ciências humanas apareceram cerca de 20 cursos diferentes, no entanto, 30% dos consultores formados nesta área apresentam formação em Administração. A área de Biológicas apresentou uma variação menor: as formações dos consultores foram divididas entre nove cursos, com destaque à graduação em Biologia, que abrange cerca de 43% dos profissionais desta área. Finalmente, a área de Exatas apresentou uma variação de 14 cursos, sendo o curso de Engenharia ambiental o mais frequente entre os consultores desta área, com 34%.

O perfil das universidades não apresenta disparidade: pouco mais da metade desses consultores fizeram sua graduação em universidades privadas.

Neste grupo, a maioria dos consultores são recém formados, com pouca experiência com consultoria, e pouca bagagem relacionada ao conceito «sustentabilidade». Podemos afirmar tal fato quando observamos o perfil da experiência profissional dos consultores deste grupo e a continuidade acadêmica, conforme indica a Figura 1.

FIGURA 1:
CONSULTORIAS EM SUSTENTABILIDADE PARCIAL – PERFIL DA EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL



Ao cotejarmos algumas informações do banco de dados, percebemos que apenas alguns consultores apresentam passagem por várias instituições. Sendo assim, essas experiências são concentradas em alguns profissionais, e a maioria (52%) não apresenta experiência anterior ao cargo.

Sobre os profissionais que passaram por empresas de consultoria, vale ressaltar que a maior frequência é a empresa *PricewaterhouseCoopers*, onde cerca de 7,5% dos consultores cruzaram. E com relação à experiência no Terceiro Setor, foi destacado o Instituto Ethos, onde cerca de 20,5% dos consultores tiveram alguma passagem.

A continuidade na academia para algum tipo de especialização, também não é frequente neste grupo. As maiores frequências na formação acadêmica destes consultores são Mestrado e Especialização. No entanto, ao cotejar as informações, percebemos que 31% dos consultores deste grupo não possuem nenhum desses títulos.

Além desse novo mercado não apresentar homogeneidade quanto à formação acadêmica e trajetória profissional, também não possui nenhum tipo de certificação que legitime o agente como consultor. Cerca de 90% desses profissionais não possui qualquer tipo de certificação, nem mesmo o certificado GRI.

Após mapear esse novo mercado através da identificação de suas principais características, nos parece, à primeira vista, um mercado heterogêneo e sem regras específicas. Foi possível identificar dois polos a partir da distinção de quais empresas cotejavam responsabilidade social e gestão ambiental, de acordo com os preceitos da «sustentabilidade», em relação aos serviços oferecidos. De um lado, estão as consultorias em sustentabilidade cotejantes, dirigidas por profissionais

«qualificados», que possuem bagagens acadêmicas, experiências anteriores e vivência em Instituições voltadas à construção ou legitimação da sustentabilidade. Do outro lado, estão as consultorias em sustentabilidade parcial. Neste, apesar do nome «sustentabilidade» estar presente, a maioria dos serviços oferecidos se inclinam à orientação voltada à gestão social. Os profissionais deste grupo tem menos qualificação, com pouca experiência profissional.

IV) CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme destacado anteriormente, o processo de financeirização das empresas brasileiras contribuiu para a ascensão e transformação dos serviços de consultorias no Brasil. Tal fato diversificou o espaço social, que passou a ser composto por heterogeneidade de tamanho, serviços oferecidos e profissionais atuantes. A emergência dos consultores em sustentabilidade se dá nesse momento de diversificação dos modelos e crescimento da demanda pelo serviço do «consultor». Fugindo do modelo tradicional, inauguram um novo mercado, caracterizado por empresas de pequeno porte e serviços exclusivos à gestão social/ambiental.

Tendo em vista a profissão de consultor não carecer de nenhuma formação ou certificação, observa-se que os novos profissionais que emergem juntamente aos novos serviços de consultorias no Brasil não seguem um padrão de formação. De acordo com o banco de dados, a formação acadêmica desses profissionais é diversificada, abrangendo as três grandes áreas, e a continuidade na academia seguida de títulos é pouco frequente.

O outro eixo de transformações deste mercado consiste na evolução que a responsabilidade social sofreu desde seu surgimento no Brasil. No início, durante a década de 1960, estava associada à filantropia, mas duas décadas depois, passou a ser encarada como estratégia de negócios. A partir desse momento, as empresas passaram a ser cobradas e responsabilizadas por questões sociais e ambientais, e o tema em torno da responsabilidade social passou a ser discutido em diversos ambientes. O surgimento de diversas instituições no Brasil ligadas ao tema, como o Instituto Ethos de responsabilidade social e o IBASE, fortaleceram, legitimaram e ampliaram o conceito, tornando-o cada vez mais complexo.

A partir do início do século XXI, a responsabilidade social –juntamente ao conceito da governança corporativa– passa a ser entendido como um dos pilares do «desenvolvimento sustentável», que havia sido criado paralelamente durante

o mesmo período. Esse deslocamento de conceitos explica o fato de as empresas de consultoria que surgiram durante a década de 1990 no Brasil, com serviços voltados à gestão ética e responsável terem sofrido uma mudança de cognição: no início, se apresentavam como consultorias voltadas à responsabilidade social. Após a virada do século, são apresentadas como «consultorias em sustentabilidade».

Esse segundo eixo histórico acabou transformando a responsabilidade social, e posteriormente a sustentabilidade, em conceitos complexos, e a forma de atuação das empresas frente essas novas cobranças abriria uma demanda por serviços especializados, de consultores.

Quanto aos serviços oferecidos por essas novas empresas, pôde-se constatar que cerca de 60% não estão alinhadas com os preceitos da sustentabilidade baseados no 3P. Os serviços oferecidos por elas são voltados à responsabilidade social ou à gestão ambiental. Tal constatação vai ao sentido contrário das propostas dessas consultorias, que anunciam ao universo corporativo orientação no alinhamento de política voltada à sustentabilidade empresarial, exigidas pelo mercado.

Ao analisar as trajetórias profissionais dos consultores inseridos no grupo «consultorias em sustentabilidade cotejantes», pôde-se constatar que a maioria é do sexo masculino, grande parte possui título de Mestre e Especialização, e passagem pelo terceiro setor.

Quando comparados ao outro sub-grupo, das «consultorias em sustentabilidade parcial», percebemos uma distância quanto à formação profissional: 52% não possuem experiência profissional, ou seja, são consultores com pouca experiência, recém saídos da Graduação. Além disso, 90% deles não possui nenhuma certificação voltada ao tema, o que comprova que são profissionais pouco qualificados para o serviço que se propõem.

Referências bibliográficas

- AGÜERO, FELIPE (2005): «Business, politics and the surge of corporate social responsibility in Latin America» en: *Antropolítica – Revista contemporânea de antropologia e ciência política*, UFF Rio de Janeiro, n° 18, 1° semestre.
- ASSIS, JAIME SOARES DE (2008): «PNBE chega à maioria com perfil discreto e novas bandeiras», en: *Gazeta Mercantil*, 03/07/2008, disponível em <http://indexet.gazetamercantil.com.br/arquivo/2008/07/03/558/PNBE-chega-amaiori-dadecom-perfil-discreto-e-novas-bandeiras.html> acesso em 11/05/2011.
- ASSIS, KARINA GOMES (2010): «Filantropia e Responsabilidade Social Empresarial», en: *Da Filantropia à Responsabilidade Social Empresarial*, Dissertação Mestrado, UFSCar.
- ALMEIDA, CARLA CECILIA (2006): «O marco discursivo da participação solidária e a redefinição da questão social: construção democrática e lutas políticas no Brasil pós 90», Tese de Doutorado – IFCH – UNICAMP.
- BEGHIN, NATHALIE (2005): «A filantropia Empresarial - nem caridade, nem direito», São Paulo, ed. Cortez, vol. 122 (Coleção Questões de nossa época).
- BM & FBOVESPA: Disponível em www.bmfbovespa.com.br/ acesso em 23/05/2012.
- BOURDIEU, PIERRE (2007): *Meditações Pascalinas*, 2ª Edição, tradução de Sérgio Miceli, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.
- BRESSER PEREIRA, LUIZ CARLOS (1998): «A Reforma do Estado dos anos 1990: Lógicas e mecanismos de controle» em: *Revista Lua Nova*. São Paulo, n° 45.
- BRUNDTLAND (1987): *Comissão Mundial para o Ambiente e o Desenvolvimento, O Nosso Futuro Comum*, Naturibérica/Liber Editores Lda.
- CAPPELLIN, PAOLA Y GIFFONI, RAQUEL (2007): «As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul», em: *Caderno CRH*, Salvador, vol. 20, n° 51, pp. 419-434.
- CARRION, R. S. M; GARAY (2000): «A Organizações privadas sem fins lucrativos: a participação do mercado no terceiro setor», en: *Revista Tempo Social*. São Paulo: vol. 12, n° 02, pp. 237-255.
- CAVALCANTI, FRANCISCO Y MISUMI, JORGE YOSHIO (2001): *Mercado de capitais*, Rio de Janeiro, Campus.
- CHEIBUB, Z. B. Y LOCKE, R. M. (2002): «Valores ou Interesses? Reflexões sobre a responsabilidade social das empresas», en: Kirschner, A. M. et al. *Empresa, empresários e globalização*. Rio de Janeiro, Relume Dumará, FAPERJ.
- DUPAS, GILBERTO (2002): «Lugar Vazio do Espaço Público», *O Estado de São Paulo*, 12/01/2002.
- DEMO, P.: *Solidariedade como efeito de poder*. São Paulo, Cortez/Instituto Paulo Freire, 2002 (Coleção Perspectiva, v. 6).
- DONADONE, J. C. (2001): *Os hunos já chegaram: Dinâmica organizacional, difusão de conceitos gerenciais e a atuação das consultorias*, tese de doutorado, Departamento de Engenharia de Produção, São Paulo, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo.
- DRUMMOND, JOSE AUGUSTO (1999): «Desenvolvimento sustentável: Debates em torno de um conceito problemático» en: *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, v. 5, n° 3.
- FAGNANI, E. (2005): *A política social no Brasil (1964/1982) – Entre a cidadania e a caridade*, Campinas: Instituto de Economia da Unicamp, tese de doutorado.
- FURTADO, L. D. (2006): «Responsabilidade Social e Empresas Estatais: Um jogo de soma positiva?», Universidade Federal Fluminense, dissertação de mestrado.
- GODECHOT, OLIVIER (2000): «Le bazar de la rationa-

- lité – Vers une sociologie des formes concrètes de raisonnement», *Politix* Paris, v. 13, n° 52, pp. 17-56, 2000.
- GOHN, MARIA DA GLÓRIA (2011): «Movimentos sociais na contemporaneidade», *Rev. Bras. Educ., Rio de Janeiro*, v. 16, n. 47, ago. 2011, disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782011000200005&lng=pt&nrm=iso> (acessos em: 08/03/2012).
- GRI: Disponível em <http://www.globalreporting.org/> Acesso em 27 de janeiro de 2011.
- GRUN, ROBERTO (2004): «A sociologia das finanças e a nova geografia do poder no Brasil», em: *Tempo Soc.*, São Paulo, v. 16, n° 2, nov. 2004, disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702004000200007&lng=en&nrm=iso. Acessado em 02/09/2011.
- GRUN, ROBERTO (2005): «Convergência das Elites e Inovações Financeiras: a governança corporativa no Brasil», em: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 20, n° 58.
- HENDRIKSEN, ELDON Y VAN BRED, MICHAEL (1999): *Teoria da contabilidade*, São Paulo, Atlas, 1999.
- IBASE: Disponível em <http://www.ibase.br/index.php> acessado em 24/05/2011.
- IBAMA: Disponível em www.ibama.gov.br/ acessado em 04/03/2011.
- IBCO: Disponível em <http://www.ibco.org.br/> acessado em 04/03/2011.
- IBGC: Disponível em www.ibgc.org.br acessado em 24/02/2011.
- IBGE: Disponível em www.ibge.gov.br/ acessado em 04/03/2011.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL: Disponível em www.ethos.org.br acessado em 20/05/2011.
- ISE: disponível em www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=ISE acesso em 12/08/2012.
- ISO26000: Disponível em www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp, acesso em 23/02/2012.
- KIPPLIN, M. Y KIRPATRICK, I. (2011): «O desenvolvimento da consultoria de gestão empresarial entre a estrutura e a agência», en: Julio Cesar Donadone, Maria A. Chaves Jardim (orgs.), *As Centralidades e Fronteiras das empresas do século 21*, Bauru, Educ.
- NOGUEIRA, FERNANDO Y SCHOMMER, P. C. (2009): «Quinze anos de investimento social privado no Brasil: conceito e práticas em construção» en: *Anais do XXXIII Encontro da Anpad*, Rio de Janeiro, Anpad, disponível em http://www.idis.org.br/biblioteca/artigos/isp_fernando_nogueira.pdf acesso em 12/03/2012.
- NOVAES BOTTA, ELISA (2010): «O campo da Responsabilidade Social no Brasil e a Teoria Institucional», Enegep, São Carlos, 2010.
- NOVAES, (2013): «*i*Passos em Falso?. Os processos de formação do espaço das Consultorias em Sustentabilidade no Brasil», tese de doutorado, Departamento de Engenharia de Produção, São Carlos, UFSCar.
- OCASIO, WILLIAM Y JOSEPH, JOHN (2005): «Cultural adaptation and institutional change: the evolution of vocabularies of corporate governance, 1972 – 2003» en: *POETIC*, p. 16. Disponível em www.elsevier.com/locate/poetic acesso em 01/09/2011.
- PNBE: Disponível em www.pnbe.org.br/ acesso em 07/05/2011.
- PNUMA: disponível em www.pnuma.org.br/ (acesso em: 07/05/2011).
- POMAR, W. (1995): «Empresários no PT», *Revista Teoria e Debate*, n° 29 junho/julho/agosto de

1995. Disponível em <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1672> acesso em 24/02/2011.

PORTER, MICHAEL Y KRAMER, MARK (2006): «Estratégia e Sociedade», *Harvard Business Review Latin America*, diciembre.

ROBERTO, ALINE APARECIDA (2006): *Responsabilidade social empresarial: um estudo sobre as maiores instituições financeiras privadas no Brasil*, dissertação, Campinas, UNICAMP.

SARTORE, MARINA DE SOUZA (2010): *Convergência de*

elites: a sustentabilidade no mercado financeiro, São Carlos, Tese (Doutorado), Universidade Federal de São Carlos.

SARTORE, MARINA DE SOUZA (2006): *A inserção da responsabilidade social do setor bancário no contexto da governança corporativa*, dissertação de Mestrado, Universidade Federal de São Carlos.

TEIXEIRA, ANA CLAUDIA (2003): «*Identities em Construção: as organizações não governamentais no processo brasileiro de democratização*», São Paulo, Annablume, Fapesp, Insituto Pólis.

Registro bibliográfico

ELISA NOGUEIRA NOVAES BOTTA,
JULIO CESAR DONADONE

«Internacionalização, disputas sociais e ação dos intermediários na construção da responsabilidade social empresarial brasileira» en: ESTUDIOS SOCIALES, revista universitaria semestral, año XXV, N° 48, Santa Fe, Argentina, Universidad Nacional del Litoral, primer semestre de 2015, pp. 175-204.

Descriptorios - Describers

consultoria / responsabilidade social / sustentabilidade empresarial
consultancies / social responsibility / corporate sustainability

Recibido: 01 / 09 / 2014

Aprobado: 10 / 12 / 2015

COMUNICACIONES

ESTUDIOS SOCIALES 48 [primer semestre 2015]

