

Responsabilidade Social empresarial e a mercantilização da solidariedade.

Luís Antonio Groppo

Referências do artigo publicado: GROPPPO, L. A. Responsabilidade social empresarial e a mercantilização da solidariedade. *Serviço social e Sociedade*. ano XXVIII, n. 91, 2007, p. 143-162.

Resumo

Com base em recente bibliografia crítica sobre o “Terceiro Setor” e a Responsabilidade Social empresarial, pode se afirmar que a atuação do empresariado nas intervenções sociais do chamado “Terceiro Setor” contribui para a metamorfose do valor de uso da solidariedade em valor de troca (como “responsabilidade social”). Neste sentido, o espaço outrora – ao menos em potencial – público de intervenção contra a desigualdade social vai sendo despolitizado e mercantilizado. Um dos momentos iniciais e mais importantes deste processo é a torção semântica de diversos conceitos republicanos e democráticos, como cidadania, direitos sociais e sociedade civil.

Palavras-chave

Responsabilidade Social, Terceiro Setor, solidariedade, mercantilização.

Introdução

Na era da chamada mobilização de novos atores sociais, de uma suposta autônoma sociedade civil, da constituição de um pretense independente Terceiro Setor, as empresas e o empresariado apresentam-se como um destes novos atores sociais, como parte desta sociedade civil solidária e, até mesmo, como parte daquele Terceiro Setor que, a princípio, eles não deveriam compor – já que pertenceriam ao segundo setor, a saber, o mercado.

No Brasil, estes e outros atores vieram costurando nos últimos anos a legitimidade de uma série de reformas sociais, econômicas e políticas que ajudaram a implementar o atual capitalismo. (SADER, 1995). Além de neoliberal, este capitalismo é global e flexível. Traz como resultados, nova e enorme lucratividade dos capitais, principalmente os de caráter transnacional e especulativo. Mas, também, novos e assustadores surtos de pobreza, miséria, desemprego estrutural e exclusão.

Como o próprio neoliberalismo apregoa que o Estado é ineficiente, burocrático, corrupto e intervém de modo desmedido nas liberdades individuais, defende-se que são os

próprios indivíduos – associados ou não – quem devem intervir para resolver estes problemas sociais (BRANDÃO, ago./1991). Erige-se, deste modo, o que muitos vêm chamando de “Terceiro Setor”, termo bastante vago para se referir a um conjunto de ações de caráter fragmentário de uma miríade de organizações (que vão das Organizações Governamentais – as ONGs, a entidades tradicionais de caridade) que tão somente remediam problemas graves gerados pela dinâmica daquele mesmo sistema sócio-econômico que se concebe como o melhor ou o único possível. (MONTAÑO, 2005).

Pretendo neste artigo criticar as torções semânticas operadas por esta práxis social do empresariado na busca de legitimar sua atuação diante dos problemas sociais das camadas populares. Torções que acabam transmutando o valor de uso da solidariedade no valor de troca da Responsabilidade Social, mercantilizando e despolitizando o espaço público de intervenção contra a desigualdade e a exclusão social.

O artigo se organiza do seguinte modo:

Primeiro, descreve brevemente o contexto social e histórico de onde emerge a Responsabilidade Social do empresariado, no interior do chamado “Terceiro Setor” que se erige a partir do desmanche do Estado de Bem-Estar e do avanço das políticas do neoliberalismo.

Segundo, faz a crítica do uso de termos e conceitos políticos que não ilustram corretamente, ao meu ver, o que é a Responsabilidade Social, principalmente cidadania, sociedade civil e solidariedade.

Enfim, entre os efeitos da Responsabilidade Social e do próprio Terceiro Setor com um todo, discute a transformação da valoração da solidariedade, de um valor de uso para um valor de troca – quando a solidariedade social também se metamorfoseia em mercadoria.

A emergência do discurso da Responsabilidade Social empresarial

Um ator inesperado veio se juntar àquelas organizações do Terceiro Setor: o empresariado, com suas fundações e ações de Responsabilidade Social. Ator que vem ganhando cada vez mais destaque e legitimidade em suas intervenções nas chamadas mazelas sociais.¹

¹ Segundo Paoli (2002), a Responsabilidade Social é um espaço filantrópico organizado por empresários nacionais e empresas multinacionais, pretendendo ação civil e voluntária diante das carências da população pobre do país.

Vale a pena iniciar com o exemplo da Fundação Belgo-Mineira, precursora de ações empresariais de caráter sócio-educativo mobilizando comunidades e voluntariado. Um texto da Fundação chegou a afirmar que hoje, para a Siderúrgica Belgo-Mineira, “aço e educação de qualidade (são seus) melhores produtos”. (apud Tomaz, 2005, p. 238). Cito abaixo a análise de um dos projetos da Fundação, voltado ao estímulo do voluntariado:

Partindo do princípio de que “pessoas são o maior patrimônio do Grupo Belgo”, a empresa criou também o Projeto Pró-Voluntário, com a finalidade de oferecer a seus empregados e familiares a oportunidade de exercerem atividade social voluntária. O projeto é gerenciado pelos próprios voluntários, que decidem o foco e a forma de atuação. Este é considerado pela siderúrgica uma “via de mão tripla”, pois ganham as comunidades, com os benefícios gerados em cada ação; os voluntários, que se inserem significativamente em suas comunidades e descobrem o “prazer de ajudar o próximo”; e a empresa, que passa a ter uma equipe mais estimulada e consciente de sua cidadania. (TOMAZ, 2005, p. 238).

O fato de considerar como seu local de atuação as “comunidades” indica que a práxis da Responsabilidade Social é localizada e fragmentária. O estímulo ao voluntário, que descobrirá o “prazer de ajudar o próximo”, indica que esta práxis apela também à consciência penalizada do cidadão bem-sucedido que, em busca de alívio diante de crescente miséria e injustiça social que o cerca, age esporadicamente como voluntário. O fato da empresa receber, de bandeja, “uma equipe mais estimulada”, indica o ganho com a fidelidade dos funcionários. E, enfim, o apelo à “cidadania” indica o quanto esta vem sendo torcida em sua semântica e distorcida em seu apelo democrático – que um dia foi o mais forte sentido de cidadania.

A práxis das organizações do Terceiro Setor, inclusa a Responsabilidade Social, entre outros resultados, vem colaborando no ocultamento das causas mais gerais e fundamentais destes mesmos problemas sociais que diz combater. Esta práxis reforça, ainda que nem sempre intencionalmente, a tese de que os problemas são causados pela própria incapacidade dos indivíduos e grupos “excluídos” ou empobrecidos, graças à sua falta de instrução/ educação/ formação, falta de vontade, “azar” etc. Também, reforça a tese de que estes problemas devem ser sanados pela boa vontade de “cidadãos solidários” e/ou ações coletivas desinteressadas do Terceiro Setor.

Na minha avaliação, entre as causas mais verdadeiras destes problemas sociais, inclusa a malfadada “exclusão”, está a produção exacerbada do desemprego estrutural e a

menor necessidade de ocupar a força de trabalho disponível pelo capitalismo atual. Este capitalismo tornou-se mais flexível e consegue aumentar a sua produtividade sem aumentar no mesmo nível o uso de “recursos humanos”. Há ainda a crescente financeirização do capital, em que é mais lucrativa a especulação financeira que a produção, ficando esta à mercê dos humores do mercado daquela. (ANTUNES, 2001; TOUSSAINT, 2002).

Acompanhando este processo de reestruturação do capitalismo, houve o recuo do chamado “lado social” do Estado, pela sua reforma exigida pelos países mais poderosos, pelos capitais transnacionais e pelas instituições supranacionais (como o Fundo Monetário Internacional e o Banco Mundial, neste caso, em troca de mais empréstimos para o pagamento dos juros da dívida externa) (KORTEN, 1996; CHOSSUDOVSKY, 1999). Trata-se das reformas neoliberais, do neoliberalismo aplicado como política de Estado, tornando este mesmo Estado, antes de tudo, em um regulador dos mercados, provedor das necessidades dos capitais (principalmente, financeiros e transnacionais) e “Estado policial”. (IANNI, 1997). Resulta deste processo de reconfiguração do Estado, mais populações sem proteção real ou prometida pelos direitos sociais e serviços públicos que minoravam sua pobreza ou miséria.

O Estado atual tem que ser forte, mas não mais como um Estado “provedor” capaz de sustentar lógicas sociais não-mercantis no interior do capitalismo, mas sim, ao contrário, como um Estado “parceiro” facilitador e regulador dos mercados. Ele colabora decisivamente na conversão de todas as normas de reprodução social à lógica do mercado, do dinheiro e do capital – inclusive, como se discutirá abaixo, os serviços sociais para as populações pobres e excluídas. (ARANTES, 2000).

Assim, o neoliberalismo e os seus resultados sociais problemáticos, como o desemprego estrutural, a exclusão e o empobrecimento de populações, passam a demandar também mudanças no padrão de intervenção social. Já ficou entendido acima que o Estado recua, e anuncia ainda mais recuos, neste aspecto. No Brasil, mais especificamente, tínhamos nos idos dos anos 1970 e 80 uma garantia desigual de direitos pelo Estado (àqueles com emprego formal e “carteira assinada”) complementada pelo assistencialismo (destinado aos demais). Este padrão de intervenção social era então desafiado por movimentos sociais populares contra o Estado autoritário (já que, até 1985, vivíamos num

regime militar) e contra o assistencialismo tradicional, cuja práxis política demandava a ampliação e a universalização dos direitos sociais.

Nos governos de Fernando Henrique Cardoso, já nos anos 1990, se tornou hegemônica a idéia e prática de um setor “público não-estatal” – que ficaria mais conhecido como “Terceiro Setor” – e a defesa de que as intervenções sociais deveriam se dar prioritariamente através de parcerias entre o Estado e entidades do tipo Organizações Não-governamentais profissionalizadas e estruturadas nos moldes da eficácia empresarial. (PEREIRA, 1999). Abaixo do anunciado objetivo de realizar uma intervenção social mais eficiente, estava presente também o objetivo velado de desmanchar ou enfraquecer os serviços sociais oferecidos pelo Estado e o objetivo de deslegitimar e desmobilizar forças sociais autônomas mas críticas da “sociedade civil”, que vinham se organizando e atuando desde as lutas contra o Regime Militar e mesmo durante a campanha pelo impeachment de Collor.

Mas os governos de Fernando Henrique, principalmente o segundo, viveram também o agravamento da exclusão social, resultante, justamente dos processos acima citados de reestruturação do capitalismo e de reformismo neoliberal. Tornou-se premente também combater de forma mais efetiva os problemas sociais gerados pelo “capitalismo neoliberal”, mas dentro do sistema capitalista e não retomando a prática da ampliação da cidadania na forma de direitos universais acompanhados de mais ações propiciadoras de autonomia para os grupos sociais em situação de desigualdade. O Terceiro Setor teria que ser realmente eficaz também contra os males que afirmava combater, ao menos o suficiente para evitar a degradação da exclusão em mobilização popular politicamente “radical” ou no aprofundamento da violência gerada pela criminalidade. (MONTAÑO, 2005; NEVES, 2005).

O governo Lula mantém, de modo geral, a parceria com as entidades do Terceiro Setor, mas vai acrescer um importante adendo: a “Bolsa Família”, nossa versão para a “renda mínima”, um instrumento “permitido” pelos teóricos do neoliberalismo para o combate à miséria. Por si só, desacompanhada de outras ações de estímulo à auto-organização dos grupos excluídos mas socorridos pela contribuição pecuniária do governo, a Bolsa Família ainda não significa a retomada do caminho esboçado nos anos 1970 e 80

pelos movimentos sociais, qual seja, o de ampliação dos direitos sociais garantidos universal e publicamente.

A irresponsabilidade social

Há um outro modo, complementar e correlato, de compreender a emergência recente do discurso e prática da “Responsabilidade Social” pelo empresariado. Se o primeiro olhar fixou a constituição de um suposto Terceiro Setor, novo padrão geral de intervenção social do qual a Responsabilidade Social empresarial faria parte, este segundo olhar foca as transformações gerais mais recentes do mundo empresarial, das grandes corporações, diante da globalização e da ascensão deste capitalismo neoliberal e especulativo em que vivemos. Busca trazer à tona a contradição entre uma crescente “irresponsabilidade social” do capital e a propalada Responsabilidade Social de empresas ditas “cidadãs”.

Naomi Klein (2002) destaca a retração da importância e do tamanho do setor produtivo e/ou que emprega força de trabalho sob o controle direto da matriz ou empresa principal das grandes corporações. Esta redução é feita através de mecanismos como sub-contratação, terceirização, uso farto de robótica e automação. À empresa principal ou matriz se destinam os setores-chave de produção, mais “tecnológicos” (como na informática) e/ou finais (indústria automotiva). Ela repassa a sub-contratadas a produção de componentes menos tecnológicos (informática e indústria automotiva) ou montagem que exige mais trabalho humano não-qualificado e/ou baixa tecnologia (informática, calçados e roupas). A matriz fica com controle e/ou produção de informação e tecnologia de ponta, além das ações – pois o investimento no mercado acionário é cada vez a maior parcela dos lucros das grandes empresas (mesmo indústrias e de serviços). Enfim, a matriz fica com o Logo, a Marca, a qual também retroalimenta as ações e atrai os consumidores.

Nesta nova realidade empresarial, a corporação precisa provar que tem o controle da informação, da tecnologia e dos setores-chave da produção/ serviços, que tem uma logomarca simbolicamente valiosa e que se despe de mão-de-obra não-especializada e de tecnologias produtivas mais simples – repassadas a terceiros e sub-contratadas. Deste modo, as suas ações vão ser mais valorizadas.

A mera sinalização ao mercado acionário de que a empresa fez ou faz “corte de custos” é um indicativo de mais lucratividade para suas ações, o que quase imediatamente

promove um aumento do valor das ações da empresa no mercado financeiro. Como se sabe, o corte de custos se faz com demissões, terceirização, transferência de fábricas e serviços para países com mão-de-obra mais barata etc. Os efeitos desta generalizada política empresarial são, em alto nível, Socialmente Irresponsáveis, pois causa desemprego, precarização do trabalho, crise econômica severa em comunidades que antes dependiam das unidades produtivas transferidas para outros locais etc. David Korten (1996) cita exemplos de presidentes de corporações nos EUA que, justamente por não aceitar fazer este tipo de corte de custos socialmente irresponsável, foram demitidos pelos acionistas, ainda que a empresa fosse produtiva e lucrativa. É que os acionistas desejavam antes de tudo acenar ao mercado que a empresa da qual detinham ações iria ser ainda mais lucrativa ao curto prazo – o que valorizaria ainda mais suas ações e permitiria novos ganhos especulativos.

Numa crescente realidade em que as empresas, graças à reestruturação dos setores produtivos e à dinâmica especulativa, tornam-se – ou são levadas a ser – Socialmente Irresponsáveis – no sentido de que não consideram mais como sua responsabilidade cuidar dos trabalhadores e comunidades sob sua dependência -, parece paradoxal que elas venham pregar agora a práxis da “Responsabilidade Social”.

Mas a contradição é apenas aparente, ao final, já que a Responsabilidade Social apregoada não vale tanto pelos resultados socialmente benéficos em si mesmos. Ela é um veículo para outros fins: os mesmos fins que as tornam, no que é mais crucial em suas atividades – a produção e os serviços – socialmente irresponsáveis, a saber, o lucro e a acumulação.

Num primeiro momento, é visível que a Responsabilidade Social se torna cada vez mais importante para valorizar a Marca da empresa, o que se explicita no relato de Oded Grajew – um dos criadores da Fundação Abrinq e do Instituto Ethos, que afirmou em entrevista em 1998: “Não tenho ilusões. A lógica empresarial é o lucro e não a solidariedade. Mas de repente há a percepção que o lucro depende de posturas mais éticas e solidárias. [...]” (apud PAOLI, 2002, p. 393, nota 21). Assim, a contradição acima indicada logo se esvai, uma vez que o objetivo da Responsabilidade Social é, entre outros abaixo discutidos, o Marketing Social da Empresa, uma nova maneira de valorizar a Empresa e suas Ações.

A irresponsabilidade semântica

Não desejo por ora questionar a eficácia destas ações do Terceiro Setor e da Responsabilidade Social do empresariado em prol da solução de problemas sociais em que o Estado se retraiu ou deveria se retrair, dada sua suposta ineficiência. Desejo agora apelar para a Responsabilidade Conceitual. Trava-se uma dura batalha pelos significados das palavras. Os discursos que legitimam as ações do Terceiro Setor e da Responsabilidade Social fazem uso de conceitos e idéias-chave retirados do imaginário político e social recente brasileiro – como dito acima, cidadania, solidariedade, direitos sociais, igualdade, bem-estar e sociedade civil. Entretanto, estes termos ou conceitos-chave da práxis política dos movimentos sociais brasileiros recentes vêm sendo radicalmente ressignificados, metamorfoseados.

Nestas torções semânticas praticadas, anuncia-se uma coisa com a embalagem de outra muito mais bonita, para esconder a realidade do que se vende e seus efeitos. São diversos os termos usados deste modo pelo discurso que defende a Responsabilidade Social, a começar por “responsabilidade” e “social”. Na sua junção, os interesses e necessidades sociais a satisfazer pelo exercício gratuito da solidariedade (o “valor de uso”) tornam-se embalagens a adocicar a real procura de valores de troca pela ostentação desta solidariedade. Mas pretendo discutir melhor isto adiante. Entre outros termos sacrificados pela irresponsabilidade semântica, temos: República, publicização, direitos, cidadania, solidariedade, novos atores sociais e cidadania. Segundo Arantes (2000), estes termos se tornam no discurso da Responsabilidade Social simulacros, produtos de torção semântica e fraude vocabular.²

Mas “os contendores estão usando as mesmas palavras” (ibid, p. 17), ainda que com sentidos opostos. Os donos do poder político e econômico, ao longo dos anos 1990 e início do atual século, se portaram como se fossem os “progressistas” da vez e acusaram os defensores das camadas populares e de projetos alternativos ao capitalismo como “conservadores”, numa curiosa inversão dos significados usuais de “esquerda” e “direita”.

² Arantes também afirma que boa parte da luta política atual é uma “disputa pelo sentido das palavras” (2000, p. 16), quando “direito” vira sinônimo de “privilégio” dos indolentes, sujeito de direitos vira “usuário de serviços”, destruição social vira “reforma”, cidadania vira “mera participação numa comunidade qualquer”, solidariedade vira filantropia, desempregado vira “indivíduo com baixa empregabilidade” e parceira vira ação em que a iniciativa privada entra com a “iniciativa” e o poder público com os fundos.

Para Arantes (ibid.), na prática é isto mesmo que em parte vem acontecendo, já que boa parcela da esquerda autêntica vem lutando para conservar o que ainda resta de direitos sociais e instituições do chamado Estado de Bem-Estar (ou seja, busca conservar o que seria a parte boa do passado) e os donos do poder vêm empurrando na direção do desmanche final destes direitos e instituições, em prol da “utopia” (outro termo antigamente progressista) da sociedade do livre mercado.

Diante desta situação, desejo destacar a ressignificação de cidadania, solidariedade e sociedade civil, com base principalmente em textos de Maria Célia Paoli (2002) e Vera da Silva Telles (2001).

Segundo Paoli (2002), há duas diferentes noções de sociedade civil e solidariedade no Brasil:

- Uma noção oriunda de movimentos sociais politizados, atuantes principalmente nos anos 1970 e 80 no combate ao regime militar e/ou seus efeitos sociais regressivos;
- Uma noção oriunda de Organizações Não-Governamentais profissionalizadas, mais destacadas a partir dos anos 1990. Estas organizações deslocam a solidariedade do ativismo político para o ativismo social e, ao favorecer a formulação técnica das demandas populares e sua negociação de modo pragmático com os governos, geram a despolitização das questões sociais e contribuem para desmobilização popular.

Os movimentos sociais dos anos 1980 tiveram então forte impacto, gerando uma nova esquerda e um novo vocabulário político em que o termo cidadania tinha papel central. Aspirava-se a uma autonomia pública dos movimentos sociais contra um Estado autoritário, pois “monopolizador das decisões públicas”, além de “injusto na seletividade de interesses com que decidia responder às demandas de distribuição social” (PAOLI, 2002, p. 405).

Como dito, porém, esta aspiração foi ressignificada na forma da defesa das organizações públicas não-estatais, em destaque as ONGs, ao longo dos anos 1990. (ibid.). E um ator inesperado veio se juntar aos demais atores aglutinados na alcunha Terceiro Setor: o empresariado, através da “Responsabilidade Social”.

A cidadania passa a ser considerada como “participação comunitária” (no grupo local, em dada localidade) e o sujeito de direitos dá lugar ao “usuário de serviços”

(TELLES, 2001, p. 161). Serviços sociais são oferecidos não mais segundo critérios fundados na garantia universal de direitos, mas por critérios seletivos e focalizados, “estabelecidos sempre de modo *ad hoc* pelas agências, grupos comunitários ou organismos não governamentais que os gerem” (ibid.). Os usuários, tristes excluídos do sistema, passam a depender totalmente da boa vontade ou competência destas organizações. A aleatoriedade da benemerência substitui a promessa da universalidade dos direitos.

Com esta ressignificação, também a defesa da “participação de novos atores” mudou de sentido. Nos anos 1980, dentro dos movimentos sociais, tratava-se de uma demanda de cidadania, crítica, como forma de luta para a implementação das garantias público-estatais de bem-estar social. Mas esta defesa foi recentemente reapropriada pela idéia do “público não-estatal” justamente para legitimar o desmanche destas garantias – ou seja, caminhou no sentido inverso ao daquele desejado pelos movimentos sociais dos anos 1980.

O discurso da Responsabilidade Social vem realizar vários “deslizes semânticos”, fazendo conexões imediatas entre sociedade, cidadania e empresa privada, propondo no lugar do “contrato social pela mediação das organizações privadas sociais” “algo equivalente a um novo tipo de arranjo localizado e aleatório”, e tornando o termo “sociedade civil” como um campo “neutro”, gerencial e pragmático. (PAOLI, 2002, p. 391).

A Responsabilidade Social também é ligada indiretamente à idéia que defende a substituição “da idéia de deliberação participativa ampliada sobre os bens públicos pela noção de gestão eficaz de recursos sociais, cuja distribuição é decidida aleatória e privadamente”, o que significa o desmanche da referência pública e política contra as injustiças sociais (ibid., p. 404).

Certamente, há algo de inovação na Responsabilidade Social, mas falta o essencial para Paoli e Telles: justamente, a construção de um espaço público real e universal em que a crítica e a ação organizada dos excluídos em busca de seus direitos possa acontecer, um espaço público de participação e luta dos desiguais pela justiça, direitos e igualdade.

A lógica da esfera pública-não estatal e da Responsabilidade Social tende “a transformar cidadãos designados como sujeitos de direitos em receptores de favores e generosidades”. (PAOLI, 2002, p. 413). Segundo Telles (2001), citando A. Sposati, a

solidariedade pregada não é mais a dos direitos sociais (de caráter universalista e cidadão), mas sim a solidariedade na benemerência.

Houve uma verdadeira metamorfose do padrão de intervenção social no Brasil. Inicialmente, havia a proposta de cidadania participativa, de solidariedade a partir da auto-identificação de uma coletividade em torno de suas necessidades e interesses e de constituição de uma sociedade civil atuante em um espaço público em que demandas sociais poderiam se articular como direitos universalmente garantidos. Este deu lugar a um “espaço” – o Terceiro Setor – em que a cidadania passa a se confundir com a boa-vontade do indivíduo tocado pelos problemas da exclusão de outrem, em que a solidariedade passa a significar uma atuação filantrópica (ainda que, certamente, profissional e empresarialmente organizada) e em que sociedade civil passa a ser um espaço supostamente neutro, despolitizado e em que voluntários e organizações suprem, de modo fragmentário e localizado, carências sociais diversas.

Haveria ainda que discutir mais profundamente os impactos desta metamorfose do modo de intervenção social, bem como o quanto estas pretensas ações despolitizadas e neutras favorecem, ainda quando não intencionalmente, a manutenção de um sistema capitalista neoliberal – justamente, o gerador das mazelas sociais que a Responsabilidade Social, assim como todo o Terceiro Setor, afirma ser o único capaz de resolver. Mas mesmo sem fazer isto com mais cuidado, já é possível destacar que há uma conquista de corações e mentes em favor deste novo modo de intervenção social a partir de uma manipulação, socialmente irresponsável, ainda que ideologicamente muito bem sucedida, de conceitos tão caros a sonhos, projetos e ações políticas que apontavam para outras direções, até mesmo para outros sistemas sociais que, diferente do capitalismo, não produziriam fenômenos tão medonhos de pobreza e exclusão.

Como uma das primeiras conclusões práticas, requeiro um novo surto de responsabilidade semântica e manifesto o desejo de que sejam recuperados os sentidos mais profundos e emancipadores de cidadania, solidariedade e sociedade civil. Enquanto reina esta irresponsabilidade conceitual, fica mais fácil fazer com que as energias individuais e coletivas que um dia estiveram direcionadas para práticas sociais que se queriam transformadoras sejam, enfim, canalizadas para práticas concretas que, no máximo, são

remediadoras de problemas sociais e reiterativas do sistema de vida que produz estes mesmos problemas.

A mercantilização da solidariedade

Busquei, no item anterior, demonstrar que o Terceiro Setor consegue auferir parte de sua legitimidade na produção de simulacros para conceitos-chave da democracia participativa, como cidadania, direitos, sociedade civil, novos atores sociais e solidariedade. Quanto ao último conceito, a Responsabilidade Social das empresas faz atingir ao extremo a sua simulação. Na verdade, faz uso de uma antiga estratégia do capitalismo, descrita tão bem por Karl Marx no cerne de sua obra *capital*, a saber, a transformação do valor de uso em valor de troca. Ou seja, também a solidariedade torna-se uma mercadoria.

Segundo Martins (2^o sem./2004), para Marx o valor de uso se trata da utilidade de um objeto qualquer, o qual pode variar muito, dependendo do sujeito que faz uso dele e do contexto e situação em que é usado o objeto. Ou seja, “o valor de uso depende da maneira como a coisa satisfaz a necessidade humana” (MARX apud *ibid.*, p. 191). É, assim, uma “qualidade”, um valor qualitativo. A utilidade não pode ser medida em quantidades – como “gostar mais” de um livro que o meu vizinho, como o “valor” da educação (que varia de época para época, civilização para civilização e até de pessoa para pessoa) e, enfim, a solidariedade (da qual a Responsabilidade Social é o seu simulacro).

Mas as coisas com valor de uso podem e historicamente dão origem (com o capitalismo) às “mercadorias”, objetos com valor de troca, ou seja, com valor possível de medir em quantidades (como dinheiro, preço ou quantidade de trabalho socialmente necessária para produzi-los) que se podem obter com sua venda no mercado. Põe-se de lado o valor de uso da coisa e o que interessa medir é o retorno econômico, os valores quantificáveis que este objeto transmutado em mercadoria pode dar na sua troca. (MARTINS, 2^o sem./2004).

Todas as coisas e relações sociais são afetadas por esta geração dos valores de troca e se tornam “elementos portadores de valor de troca”. (*ibid.*, p. 191). O que era para ser uma relação entre seres humanos (sujeitos) na busca de satisfazer suas necessidades vira relação entre mercadorias (coisas que têm valor de troca). Eis a descrição do que Marx denomina como o Fetichismo da Mercadoria.

Para Martins, o que está havendo é “a transformação do valor de uso da Responsabilidade Social em valor de troca” (ibid., p. 189). Surgem até mesmo ações buscando “quantificar” o que a princípio não deveria ser quantificável, como a criação de indicadores que permitiriam às empresas apresentarem-se como “socialmente responsáveis”. Internacionalmente, já existe o SA 8000 (Norma Internacional de Responsabilidade Social criada em 1997 pela ONG que hoje é conhecida como SAI [Social Accountability International]). No Brasil, há movimentação neste sentido pelo conhecido Instituto Ethos.

Neste sentido, também existe o “Selo de Responsabilidade Social” criado pela Fundação Abrinq. Esta Fundação nasceu no interior da Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos, em reação a denúncias de exploração do trabalho infantil, buscando evitar rejeição de consumidores e retaliações comerciais no mercado internacional. Vimos acima o relato da principal figura desta organização, Oded Grajew. Evidenciou-se um discurso que prega a fácil conciliação entre lucro e solidariedade, ajudando a ocultar que é a lógica extremada do livre mercado (como a que temos hoje operando hegemonicamente) a principal causa dos problemas sociais pretensamente combatidos pela Responsabilidade Social do empresariado.³

Logo, a responsabilidade social também tornou-se um atrativo novo no mercado, no qual se faz a proposição de “projetos sociais” e a “captação de recursos” oferecidos por instituições supra-nacionais, governos e empresas. Destaca-se neste mercado as instituições mediadoras entre a entrada de recursos e os pobres ou beneficiários. Estas instituições, segundo Paoli (2002), fazem orientações técnicas aos empresários, captam ou mostram como captar recursos, fazem parcerias, ensinam a manter entidades e administra-las, mostram como fazer deduções no Imposto de Renda, pautam matérias jornalísticas e orientam a mudança do vocabulário e mentalidade do empresariado.

Surge um “mercado atraente para as iniciativas cidadãos”, e ser uma organização ou se portar como uma organização “sem fins lucrativos” “não é uma barreira para a entrada no mundo dos negócios, podendo até representar uma senha privilegiada de ingresso” (ARANTES, 2000, p. 6). Trata-se de um filão de mercado em que compram e vendem

³ Para ARANTES (2000, p. 4), o fato das empresas passarem a se comportar perante o público como se fossem organizações que, ainda que lucrativas, não são “orientadas para o lucro”, é uma espécie de “esquizofrenia programada” e uma situação surrealista.

“projetos sociais”, no qual se faz uso do cálculo profissional de custo/ benefício, persegue-se o “retorno” exigido pelo financiador e se enfrenta a concorrência de programas similares oferecidos por outras entidades que também estão em busca de “parcerias” e financiamento. Enfim, este filão de mercado trata o “sujeito de direitos” beneficiário como “público alvo”, “de sorte que nem sempre é fácil perceber onde termina a utopia republicana e principia um empreendimento tocado à imagem e semelhança do mundo de negócios”. (ibid.).⁴

Recapitulemos. A solidariedade ou a verdadeira Responsabilidade Social só pode ser pensada como valor de uso, utilidade em prol das necessidades humanas, não mensurável em quantidades, mas apenas como qualidades avaliáveis pelo bem-estar individual e coletivo que proporcionam. O simulacro, esta Responsabilidade Social empresarial, firma-se em valores de troca realizados no mercado. É quantificável, mensurável em quantidades e avaliáveis pelo quanto de capital imediato e futuro poderá acumular para a organização dita “socialmente responsável”.

A finalidade da realização do valor de troca não é a satisfação de uma necessidade humana, mas sim a obtenção de lucro e a acumulação de capital. No caso da Responsabilidade Social, isto é feito de vários modos. Primeiro, através da “agregação” de valor social, através do marketing social, à empresa ou sua marca.⁵ Segundo, é um modo de conseguir recursos privados, públicos e supra-estatais (como do Banco Mundial); ou seja, é um “novo mercado” para se investir. Terceiro, algo ou muito do que é vendido como Responsabilidade Social é tão somente cumprimento de legislação social e ambiental, anunciada como benemérito (como o respeito a normas ambientais e a contratação de funcionários portadores de deficiência). Quarto, é um modo de tornar funcionários e a comunidade envolvente mais comprometidos com a empresa (como voluntários e/ou beneficiários das ações sociais); gera-se mais envolvimento e fidelidade e, portanto, possivelmente mais eficácia e rendimento. Enfim, este marketing social ajuda a evitar a

⁴ Propaganda do Instituto DESS sobre o Ciclo de Oficinas “Como desenvolver Investimento Social” – em que até prometia descontos para quem se inscrevesse em mais de uma oficina – afirma: “Em uma pesquisa realizada em 2004 pelo Instituto do Desenvolvimento do Investimento Social, constatou-se que a maioria das empresas pesquisadas (81%) investem cerca de 0,25% do seu faturamento. E que um dos motivos de não se investir mais, esta relacionado a (sic) falta de bons projetos de Investimento Social. Este Ciclo de Oficina DESS 2006, têm (sic) por objetivo auxiliar empresas, organizações sociais e profissionais da área a aprimorarem ou iniciarem seus programas de Investimento Social. Participe!”.

⁵ Para ARANTES (2000, p. 13), temos um “pleno negócio da imagem”, simulacros dos direitos de cidadania que agregam valor à imagem da empresa, “destinados a reforçar comportamentos de fidelidade a produtos e marcas”.

repulsa de camadas mais exigentes de consumidores atentos às denúncias veiculadas pela mídia (como aquelas sobre o trabalho infantil, que ajudaram mesmo a dar origem à importante Fundação Abrinq), bem como evitar retaliações comerciais de mercados estrangeiros.

Se assistirmos a um filme como o de Sérgio Bianchi, *Quanto vale ou é por quilo?*, também deveríamos considerar aspectos escusos neste novo mercado, tais como o desvio de recursos ou sua apropriação para benefícios pessoais. Entretanto, isto deveria ensejar ao menos uma pesquisa de campo mais aprofundada, a qual poderia, com justeza, mais parecer um inquérito policial ou uma reportagem jornalística de denúncia que uma pesquisa científica. Na verdade, seria preciso considerar que também noutros setores do mercado capitalista há conquista de lucro e exploração de trabalho e recursos ambientais de maneira ilegal. O mercado dos “projetos sociais”, a princípio, não teria porque ser diferente. Do mesmo modo, parte relevante – quem sabe, como mal menor, pelo menos a maior parte – do mercado dos projetos sociais, em destaque a Responsabilidade Social, atua na legalidade. Contudo, é sempre bom lembrar que esta legalidade é a do capitalismo, não a ética da solidariedade social desinteressada e gratuita. Enfim, dadas estas colocações, as considerações aqui feitas não desejam ainda discutir a importância e o papel deste outro lado, ainda mais oculto, do Terceiro Setor e da Responsabilidade Social.

Conclusões

As ações de Responsabilidade Social mobilizam muitos recursos, voluntários, slogans, marketing, corações e mentes. Certamente, produzem resultados concretos contra as mazelas sociais que dizem combater. Mas estes resultados são fragmentados, localizados, aleatoriamente escolhidos segundo critérios que não são necessariamente a programação universal e estratégica do exercício da solidariedade em prol das populações excluídas, muito menos o enfrentamento direto das causas mais gerais e profundas dos males que as afligem.

Porém, não desejo por ora enfrentar com mais profundidade esta questão, mesmo porque os dados globais sobre o efetivo impacto social do Terceiro Setor em geral, da Responsabilidade Social em particular, são poucos e precários. Desejo encerrar este artigo indicando outros efeitos globais deste novo padrão de intervenção social, tão bem expressos

pela práxis da Responsabilidade Social: seus efeitos de estabilização (pretendida) do sistema social; seus efeitos políticos de “despolitização” (ou “repolitização”, em prol do apoio ao ideário neoliberal); e seus efeitos ético-sociais, quais sejam, a mercantilização (pretendida) da solidariedade.

O primeiro item do artigo, ao discutir o contexto histórico e sócio-econômico em que aparece o discurso da Responsabilidade Social empresarial, ainda que de modo breve, destacou a constituição de um novo padrão de intervenção social no Brasil, aquele levado adiante sob a alcunha do Terceiro Setor. Os mais característicos atores deste pretenso outro setor são as ONGs e as fundações e ações de Responsabilidade Social do empresariado. Se as ONGs transmutam os sentidos originais de cidadania e sociedade civil oriundos dos movimentos sociais dos anos 1970 e 80, a Responsabilidade Social vai ainda mais longe, e constitui simulacros da solidariedade e do espaço público.

Deslegitimam-se os anseios de que um setor público articule demandas sociais das camadas populares na forma de direitos universalmente garantidos. Estes direitos, a princípio, seriam mantidos pelos auspícios do Estado. É claro que isto parece mais difícil hoje, em que o lado social do Estado foi desmontado ou sobrevive parcamente, enquanto a máquina governamental parece bem mais atuante noutros sentidos, em destaque o atendimento das necessidades mais prementes dos capitais.

Em contrapartida, legitimam-se os modos de atuação de um setor “público não-estatal” que particulariza a intervenção social, que desmancha o espaço público das demandas sociais e o substitui por um espaço privado de benemérito aleatório vinculado às decisões técnicas ou mercadológicas de agências governamentais e organizações da “sociedade civil”.

Principalmente, busca-se deste modo enfrentar alguns dos mais hediondos efeitos sociais do acirramento da lógica do capital em tempos de neoliberalismo e globalização. Sim, os efeitos, nunca as causas, já que enfrentar as causas significaria o risco de considerar o sistema capitalista não mais como onipresente e imponderável, mas como falho, injusto e até indesejável. No âmago deste novo padrão de intervenção social, está o objetivo de socorrer os excluídos sem permitir sua real integração – o que só seria possível com a transformação profunda do sistema sócio-econômico –, socorro que evitaria que os

sofrimentos dos desafortunados dêem ensejo tanto a revoluções de caráter político organizado quanto a rebeldias de violência social.

Mas, atingindo ou não este objetivo, o Terceiro Setor e a Responsabilidade Social trazem ainda outras contribuições ao novo arranjo do capitalismo contemporâneo: “despolitizam” (ou “repolitizam”, em inverso sentido ao da democracia participativa) e mercantilizam o espaço da intervenção social.

O segundo item do artigo, com sua discussão sobre a torção semântica dos lemas cidadania, sociedade civil e solidariedade, indicou principalmente os efeitos de caráter político da práxis da Responsabilidade Social empresarial. Discuto-os com base, principalmente, em Paoli (2002).

O primeiro efeito político parece ser o de confundir a distinção entre o público e o privado. Nos anos 1970/80, os movimentos sociais, no contexto das lutas contra o regime militar e nos esforços pela redemocratização do país, ajudaram a fazer a cidadania um termo central para pensar a política. Esta noção estava muito ligada a práticas sociais e políticas, distinguindo com nitidez o espaço público dos interesses privados e demandou apelos à “civildade” (diante da miséria e da violência) não apenas ao Estado, mas também ao ativismo social voluntário da população (a “solidariedade”, ligada então ao ativismo político). Nos anos 1990, no contexto do avanço do Estado neoliberal, novas ONGs profissionalizadas ajudaram a ressignificar cidadania, sociedade civil – que é despolitizada e considerada como um “espaço neutro” de diferentes atores desinteressados – e solidariedade – que se torna apenas ativismo social. Entre aqueles atores novos da sociedade civil, o empresariado, que através da Responsabilidade Social e das fundações ajudou a moldar a atual imagem e definição de “Terceiro Setor”, que passa a ser considerado como um novo regulador das intervenções sociais, supostamente diferente tanto do Estado quanto do mercado: tratar-se-ia de um “setor público não-estatal”.

Neste contexto do neoliberalismo e de despolitização dos sentidos de cidadania, há uma espécie de “privatização da esfera pública” e/ou “publicização dos interesses privados”, dado que, como dito, a máquina do Estado volta-se mais claramente em prol do atendimento das necessidades e interesses dos capitais. Ao mesmo tempo, a redução de políticas públicas para a promoção dos direitos sociais gera uma abertura do espaço

público, outrora ocupado justamente por tais políticas, para ações sociais privadas (do Terceiro Setor, ONGs, fundações, Responsabilidade Social empresarial etc.).

Paoli (2002) também apresenta e discute outras conseqüências políticas diretas ou indiretas da Responsabilidade Social⁶. Elas nos encaminham e reforçam as conclusões sobre o seu caráter “despolitizador” da questão social, que evita debates políticos a respeito das decisões a ser tomadas pelas esferas governamentais e atua diante do Estado quase tão somente “pelo lado tradicionalíssimo da pressão por seus interesses econômicos e financeiros” (ibid., p. 413). Enfim, que se relaciona com sua “clientela” segundo moldes também tradicionais, transformando “cidadãos designados como sujeitos de direitos em sujeitos de favores e generosidades”. (ibid., p. 415), fazendo regredir a cidadania popular a uma cidadania de segundo ou terceira categoria, dependente da caridade privada.

O terceiro item nos aponta que, enfim, a Responsabilidade Social, tal como todo o Terceiro Setor, vem proporcionando novas oportunidades de investimento do capital privado e novas oportunidades de ganhos pecuniários com o uso de recursos públicos. Seja diretamente, na captação de recursos, venda de projetos sociais e gestão de organizações sociais, seja indiretamente, através do “valor agregado à marca” e da geração de lealdade das comunidades e empregados às empresas, entre outros.

Outrora, ao longo do século XX, desenvolveram-se formas de Estado que, forçadas pelas circunstâncias econômico-sociais e, principalmente, pela pressão de movimentos sociais (em destaque, dos trabalhadores), viram-se obrigadas a acatar, no interior do capitalismo, outras lógicas sociais distintas da lógica do capital. Estes Estados foram, mais caracteristicamente, o Estado de Bem-estar europeu e o Estado desenvolvimentista latino-americano, mas houve outras versões. Entre aquelas lógicas, destacava-se a lógica da

⁶ A saber: a) No que se refere às ações contra as injustiças sociais, temos o desmonte das suas referências públicas (como políticas sociais universalistas em prol de direitos sociais) e políticas (como espaço de conflito e disputa pela definição dos investimentos públicos e decisões); b) Redução ou retorno à lógica da “rentabilidade mercantil” de espaços não-mercantis (comunidade, localidade, educação, assistência social, saúde etc.); c) Experiência da Responsabilidade Social apresentadas “à opinião pública como prova da ineficiência das políticas públicas estatais e de seu arcaísmo” (PAOLI, 2002, p. 108), por estarem criando cidadãos acomodados, enquanto a Responsabilidade Social supostamente criaria “participação ativista” sob ação racional e eficaz; d) Reforçando o item acima, temos também a apresentação à opinião pública da suposta superioridade da ação dos voluntários (que, porém, passam ao largo da reflexão politizadora e conectada às políticas públicas) em relação ao funcionário público tido como ineficaz, medíocre e privilegiado (quando, na verdade, muitos destes, inclusive através de suas organizações sindicais, se mostram bastante politizados e conscientes, como médicos, professores, assistentes sociais, técnicos de programas de habitação popular e de meio ambiente etc.).

solidariedade, a qual reconhecia que as necessidades do ser humano deveriam ter prevalência na distribuição dos recursos e nas decisões políticas (SANTOS, 1999).

Com a hegemonia do neoliberalismo, expressão síntese dos difíceis tempos em que vivemos, em um primeiro momento a lógica da solidariedade foi expulsa abruptamente das malhas do Estado. Como um dos efeitos, justamente o acirramento das desigualdades sociais que aquela lógica da solidariedade, legitimada pelos direitos sociais e implementada pelos serviços públicos estatais, enfrentava. Também, o advento crescente da exclusão, que a lógica da solidariedade um dia parecia ter expulsado definitivamente para o inferno das aberrações do subdesenvolvimento.

No necessário novo combate a estes males, os sistemas capitalistas, no Brasil inclusive, souberam arditamente transformar uma desagradável necessidade de intervenção social em uma atraente nova oportunidade de lucros e dividendos: o Terceiro Setor e a Responsabilidade Social. Completa-se a despolitização do espaço público onde se buscava sanar as necessidades de sobrevivência e combater a questão social: com sua mercantilização. Para tanto, a própria solidariedade foi resgatada em sua bela embalagem de promessa de civilidade e responsabilidade para com o coletivo. Em seu conteúdo, porém, uma mercadoria preme do desejo de lucratividade e o objetivo da acumulação de capital.

The enterprise Accountability Social and the merchantilization of solidarity.

Abstract

Com base em recente bibliografia crítica sobre o “Terceiro Setor” e a Responsabilidade Social empresarial, pode se afirmar que a atuação do empresariado nas intervenções sociais do chamado “Terceiro Setor” contribui para a metamorfose do valor de uso da solidariedade em valor de troca (como “responsabilidade social”). Neste sentido, o espaço outrora – ao menos em potencial – público de intervenção contra a desigualdade social vai sendo despolitizado e mercantilizado. Um dos momentos iniciais e mais importantes deste processo é a torção semântica de diversos conceitos republicanos e democráticos, como cidadania, direitos sociais e sociedade civil.

Based in recent bibliography about the “Third Sector” and enterprise Accountability Social, it can be said that the actuation of enterprises in social intervention of called “Third Sector” contributes to the metamorphose of use value from solidarity in market value (as “accountability social”). In this sense, the public sphere of intervention against social

inequality has been despolitized and merchantilized. An important and initial moment of this process is the semantic torsion from several republicans and democratic values, as citizenship, social rights an civil society.

Keywords

Social Accountability, Third Sector, solidarity, merchantilization.

Bibliografia

ANTUNES, Ricardo. *Os sentido do trabalho*. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 5ª ed., São Paulo: Boitempo, 2001

ARANTES, Paulo Eduardo. Esquerda e direita no espelho das ONGs. *Cadernos ABONG*, n. 27 (ONGs: identidade e desafios atuais), São Paulo: ABONG/ Autores Associados, maio/2000, p. 3-27.

BRANDÃO, André Augusto. Liberalismo, neoliberalismo e políticas sociais. *Serviço Social e Sociedade*. Ano XII, n. 36, p. 55-73, ago./1991.

CHOSSUDOVSKY, Michel. *A globalização da pobreza*. Impacto das reformas do FMI e do Banco Mundial. São Paulo: Moderna, 1999.

IANNI, Octavio. *A era do globalismo*. 3ª ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

KLEIN, Naomi. *Sem logo*. A tirania das marcas em um planeta vendido, 2ª ed., Rio de Janeiro: Record, 2002.

KORTEN, David C. *Quando as corporações regem o mundo*. São Paulo: Futura, 1996.

MARTINS, Marcos F. Responsabilidade social e avaliação institucional: do valor-de-uso ao valor-de-troca. *Revista de Ciências da Educação*, ano 06, nº 11, Lorena, Unisal, 2º semestre de 2004.

MONTAÑO, Carlos. *Terceiro setor e a questão social*. Crítica ao padrão emergente de intervenção social. 3ª ed. São Paulo, Cortez, 2005.

NEVES, Lúcia Maria Wanderley (org.) *A nova pedagogia da hegemonia*. Estratégias do capital para educar o consenso. São Paulo, Xamã, 2005.

PAOLI, Maria Célia. Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil, In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). *Democratizar a Democracia: os caminhos da democracia participativa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002, cap. 8, p. 373-418.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. Sociedade civil: sua redemocratização para a reforma do Estado. In: _____; WILHEIM, Jorge; SOLA, Lourdes (orgs.). *Sociedade e Estado em transformação*. São Paulo: Editora da Unesp, Brasília: ENAP, 1999, cap. 3, p. 67-118.

SADER, Emir (org.). *Pós-Neoliberalismo*. As Políticas Sociais e o Estado Democrático. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma reinvenção solidária e participativa do Estado. In: PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; WILHEIM, Jorge; SOLA, Lourdes (orgs.). *Sociedade e Estado em transformação*. São Paulo: Editora da Unesp, Brasília: ENAP, 1999, p. 243-221.

TELLES, Vera da Silva. A “nova questão social” brasileira. In: _____. *Pobreza e cidadania*. São Paulo: USP; Editora 34, 2001, cap. 5, p. 139-166.

TOMAZ, Adriane Silva. Fundação Belgo-Mineira: o empresariado em ação. In: NEVES, Lúcia Maria Wanderley (org.) *A nova pedagogia da hegemonia*. Estratégias do capital para educar o consenso. São Paulo, Xamã, 2005, p. 237-254.

TOUSSAINT, Eric. *A bolsa ou a vida*. A dívida externa do Terceiro Mundo: as finanças contra os povos. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.