Desenvolvimento local e responsabilidade social empresarial: estratégias de cidadania ou marketing social?

Maria Ivonete Soares Coelho e Carla Montefusco de Oliveira

Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/eces/1436>

DOI: 10.4000/eces.1436

ISSN: 1647-0737

Editora

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

Refêrencia eletrónica

Maria Ivonete Soares Coelho e Carla Montefusco de Oliveira, « Desenvolvimento local e responsabilidade social empresarial: estratégias de cidadania ou marketing social? », *e-cadernos CES* [Online], 02 | 2008, colocado online no dia 01 dezembro 2008, consultado a 19 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/eces/1436> ; DOI : 10.4000/eces.1436

Este documento foi criado de forma automática no dia 19 Abril 2019.

Desenvolvimento local e responsabilidade social empresarial: estratégias de cidadania ou marketing social?

Maria Ivonete Soares Coelho e Carla Montefusco de Oliveira

- 1 A partir do fim do século XX, múltiplos determinantes dos processos de globalização acirram as transformações econômicas, sociais, políticas e culturais, produzindo, dentre outros aspectos, a necessidade de (re) significar o desenvolvimento e, nesta perspectiva, compreenderem as novas relações entre estado, sociedade e mercado. Sendo assim, ganham sentido e visibilidade, dentre outras temáticas, as discussões em torno da responsabilidade social empresarial, ancoradas nas ações interventivas da governança local.
- 2 O tempo presente é um tempo de incertezas e múltiplas transformações, no qual convivem, paradoxalmente, elementos de avanço, capitaneados, em especial, por inovações tecnológicas e comunicacionais, juntamente com fenômenos de acirramento da miserabilidade e das diversas formas de exclusão, de gênero, raça, geração, dentre outras. Sobre esse tema, afirma-nos Santos (2005: 13):

O paradoxo está em que, por um lado, hoje parecem, mais do que nunca, reunidas as condições técnicas para cumprir as promessas da modernidade ocidental, como a promessa da liberdade, da igualdade, da solidariedade e da paz, por outro lado, é cada vez mais evidente que tais promessas nunca estiveram tão longe de ser cumpridas como hoje.
- 3 O desenrolar dos processos de globalização torna ainda mais evidente a relação indissolúvel entre as questões econômicas, políticas, sociais e ambientais, de tal modo que refletir sobre perspectivas de desenvolvimento na contemporaneidade implica, invariavelmente, em reflexões que analisam o problema do desenvolvimento sob a ótica multifacetada dos elementos que o perpassam, bem como sob a visão dos diversos atores sociais nele envolvidos.

- 4 Em meio a esse contexto coloca-se como premente a superação de conceitos e papéis, anteriormente cristalizados, de atores sociais, em particular empresas e ONG's, que passam a fazer parte da efetivação de propostas de desenvolvimento que se materializem nos espaços locais. Isso implica em desconstruir a concepção tradicional de desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico, industrialização e uso intensivo de tecnologia, herdada do século XIX.
- 5 Esta concepção, herdada do século XIX, tem como pilares centrais
 - a industrialização e o incessante uso de tecnologia como paradigma de mudança social, logo, sinônimo do próprio desenvolvimento [...] foi colocada em cheque pelas crises ambientais, econômicas e sociais do final do século XX... (Sousa, 2003: 25-26).
- 6 Essas crises, aliadas ao crescimento e visibilidade dos movimentos ambientalistas do final do século XX, colocou na agenda política a necessidade de construção de um outro paradigma de desenvolvimento, no qual a equidade social, a responsabilidade ecológica, a participação democrática no planejamento, o respeito às diversidades culturais e as especificidades locais e regionais deveriam ser incorporadas.
- 7 No entanto, os questionamentos quanto ao desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico e as reflexões em torno do desenvolvimento, no sentido de reconceituá-lo, têm suas origens nos anos de 1940, no processo de discussão para a elaboração de projetos de reconstrução da Europa pós guerra (Sachs, 2004), fazendo emergir uma concepção alternativa ao desenvolvimento tradicional, o conceito de eco desenvolvimento, que posteriormente vai se ampliando para a noção de desenvolvimento sustentável.
- 8 O desenvolvimento sustentável, como conceito em construção, vem resignificando se, incorporando novas dimensões, entre estas a ideia sustentabilidade social, definida pela inclusão do adjetivo includente (Sachs, 2004), no sentido de incorporar a garantia da efetivação de direitos de cidadania, ou seja, direitos sociais, civis e políticos, ampliando-se as condições de vida das pessoas, de acessos a políticas públicas e de participação.
- 9 Nesta direção, a noção de desenvolvimento sustentável desloca o sentido do crescimento econômico, presente na noção tradicional de desenvolvimento, para o sentido de processo da melhoria da qualidade de vida dos indivíduos.
- 10 No Brasil, as discussões em torno da crítica à noção de desenvolvimento como crescimento econômico e industrialização e a construção da noção de desenvolvimento sustentável, nas últimas três décadas, ocorreram articuladas às discussões referentes ao poder local e à percepção deste como protagonista do desenvolvimento, ampliando-se no sentido de transferir constitucionalmente para o poder público local responsabilidades no domínio da implementação de políticas públicas que garantam a sustentabilidade dos processos de desenvolvimento.
- 11 Ao resignificar a noção de desenvolvimento, ampliam-se as possibilidades de assimilação de novos temas, responsabilidades e papéis para atores individuais e coletivos, dando visibilidade às proposições constituídas em escala local. Nesta dimensão, é possível incorporar o ideário da responsabilidade social empresarial, entendida como compromisso das empresas com todos os grupos de alguma forma atingidos pelos seus negócios, enquanto componente na construção de estratégias de afirmação de cidadania nos espaços locais.
- 12 Faz-se relevante ressaltar que as discussões em torno da Responsabilidade Social Empresarial – RSE intensificam-se especialmente a partir dos anos 1990, num cenário de

acirramento da competitividade para as empresas e de desenvolvimento de novos modelos de gestão e organização da produção. Assim sendo, na busca por um espaço no mercado global, muitas empresas passam a ampliar suas preocupações para além das questões econômicas, e acrescem aos seus modos de fazer negócios aspectos concernentes à preservação ambiental e à atuação social.

- 13 O debate da sustentabilidade torna-se frequente na agenda empresarial, muito embora a própria definição do termo sustentabilidade e as possibilidades de sua aplicação no cotidiano das empresas ainda não sejam algo devidamente incorporado na maioria dos planos de negócio empresariais. Não obstante, a incorporação do tema da sustentabilidade na agenda empresarial sinaliza uma redefinição nos modos de gerir e fazer negócios.
- 14 A responsabilidade social empresarial, então, aparece como um modelo de gestão empresarial que, no campo da estratégia dos negócios, tem como base procedimentos éticos e ações economicamente sustentáveis, devendo englobar não somente questões relacionadas à sociedade de modo geral, mas também às políticas e ações relacionadas aos clientes internos das empresas – os funcionários. Nesse sentido, pensar em responsabilidade social empresarial implica considerar a construção de relacionamentos éticos com todos aqueles que de algum modo sejam afetados pelos modos de fazer negócios da empresa.
- 15 Como uma das consequências dos processos de RSE, já na década de 1970 aparece pela primeira vez na literatura da gestão empresarial o termo Marketing Social, que utiliza o mesmo composto do marketing comercial tradicional – produto, preço, praça e comunicação (promoção) – para aumentar o potencial de aceitabilidade de uma ideia, que pode variar desde campanhas de preservação ambiental ou planejamento familiar até à aquisição de produtos oriundos de empresas socialmente responsáveis (Adulis, 2001).
- 16 Vê-se, pois, o amplo espectro de possibilidades para utilização da ferramenta Marketing Social, considerando-o especialmente como parte de um modo de gestão estratégico e inovador no trato das questões sociais e na melhoria da qualidade de vida. Contudo, o que mais fortemente se tem assistido é à utilização da promoção social como mais uma “arma” na conquista de mercados consumidores.
- 17 Nesse cenário, aparece com certa força a importância de discussões em torno de questões éticas que perpassam o mundo dos negócios. Mesmo na divulgação de campanhas que associam comportamentos socialmente responsáveis às marcas de produtos ou serviços consegue-se identificar um discurso comum de valorização da solidariedade e da responsabilidade para com o outro. É bem verdade que, ficando no nível do discurso, pouco se modificará nas relações concretas com o outro, mas a visibilidade que a campanha de marketing pode dar a esse discurso responsável e solidário pode apontar para a urgência de uma reformulação nos nossos modos civilizacionais.
- 18 É necessário considerar, ainda, dois aspectos relevantes que carecem de atenção, a saber: o primeiro diz respeito ao potencial aumento de poder das empresas, na medida em que ampliam sua área de atuação para a esfera social, pois passam a penetrar em terrenos diversos da vida humana, apresentando-se como garantidoras do bem comum e capazes de interferir diretamente, inclusive com a parceria do Estado, no planejamento e execução das diretrizes do desenvolvimento social.
- 19 O segundo aspecto que suscita análise acurada trata da possibilidade de esse envolvimento empresarial com as causas sociais contribuir para a disseminação de ideais

de responsabilidade, solidariedade e cidadania. E aí não há como ocultar a inter-relação do desenvolvimento capitalista com a degradação ecológica e da própria qualidade de vida (Morin, 1997). Entretanto, a proximidade empresa/consumidor decorrente da perspectiva de fidelização de clientes pode servir também como fator de influência na adoção de hábitos de proteção ambiental, cuidados com a comunidade mais próxima, etc.

- 20 Certamente a veia assistencial presente em ações de Responsabilidade Social Empresarial, desenvolvidas pelas denominadas empresas cidadãs, também não pode ser negada. Porém, a possibilidade de presença do ideário humano nos construtos da lógica da competição pode vir a significar um caminho menos desumano no desenvolvimento capitalista.

- 21 Além disso, a incorporação dos preceitos da sustentabilidade na esfera empresarial implica que a noção de responsabilidade social empresarial não significa apenas investimento privado em ações de promoção social ou preservação ambiental, mas sim a incorporação do ideário da sustentabilidade como parte de todas as atividades que a empresa desenvolve.

O desenvolvimento econômico não representa mais uma opção aberta com possibilidades amplas para o mundo. A aceitação geral da idéia de desenvolvimento sustentável indica que se fixou voluntariamente um limite (superior) para o progresso material. Adotar a noção de desenvolvimento sustentável, por sua vez, corresponde a seguir uma prescrição de política (Cavalcanti, 1995:165).

- 22 Nesse sentido, questiona-se em que medida as empresas, em especial na realidade nacional, se vêem como agentes co-responsáveis pela construção de um desenvolvimento que considere não apenas o crescimento econômico, mas também com os devidos cuidados com o meio ambiente e a qualidade de vida da população em geral.

[...] não parece tão claro que as decisões e ações que seriam requeridas para desencadear um concreto processo de DS possam ser aceitas da mesma forma pela constelação de atores que adere ao conceito geral (...) também não se pode sustentar que o DS seja uma ideia muito atrativa para a grande empresa, principal protagonista da vida econômica neste novo período do desenvolvimento capitalista (Mattos, 1995: 107).

- 23 É nessa direção que as práticas de responsabilidade social empresarial tornam-se um elemento aliadas do desenvolvimento, na medida em que podem promover efetivações e capacidades (Sen, 1993), não importa em que escala na vida dos beneficiários de suas ações. Isto fortalece ainda a incorporação da noção do local como espaço de realização do desenvolvimento.

- 24 Ao pensar o desenvolvimento local sustentável como mudança social, com equidade social, responsabilidade ecológica, respeito à diversidade cultural e democrática em sua construção, incorporando ainda a noção de expansão das capacidades e liberdades das pessoas (Sen, 2002), demanda-se ao poder local o estabelecimento das condições de sua realização e ao poder público a responsabilidade de induzi-lo.

- 25 A governança local neste contexto de diversidades e adversidades funciona como uma instância articuladora na construção de eixos comuns para ações propositivas e interventivas, referenciadas tanto no campo das políticas públicas estatais, quanto das políticas de responsabilidade social empresarial.

- 26 Dessa forma, a construção de novas perspectivas de desenvolvimento necessita de materialização cotidiana e contínua, sendo necessário incentivar discussões que tratem

da definição mais concreta das ações necessárias à sua efetivação nas práticas das empresas e da governança local.

- 27 Não é possível negar que o ideário do livre mercado e a crescente autonomia que o capital privado adquire na sociedade atual são fatores de difícil conciliação com a perspectiva do desenvolvimento sustentável. Por outro lado, os dados relativos à responsabilidade social empresarial matem-se sempre em ascendência, o que demonstra ao menos a possibilidade de um direcionamento, por parte das empresas, para decisões que avancem rumo a um desenvolvimento local sustentável.
- 28 Em síntese, estas reflexões contribuem para desmitificar a globalização como geradora de um modo homogêneo de vida, bem como abrem espaços para a manifestação de relações democráticas e republicanas nos diversos níveis de convivência, o que permite visualizar uma outra sociabilidade possível, induzida pelo agir multifacetado dos atores participantes da dinâmica local envolta em todos os seus construtos sociais, econômicos, culturais e políticos em função do bem comum.

BIBLIOGRAFIA

- Adulius, Dalberto (2001), *Marketing Social: usos e abusos*, Disponível em www.rits.org.br, acedido em 29 de Março de 2007.
- Cavalcanti, Clóvis (1995), “Sustentabilidade da economia: paradigmas alternativos de realização econômica”, in Cavalcanti, Clovis (org.), *Desenvolvimento e natureza: estudos para uma sociedade sustentável*. São Paulo: Cortez; Recife – PE: Fundação Joaquim Nabuco.
- Mattos, Carlos A.de (1997), “Desenvolvimento sustentável nos territórios da globalização. Alternativa de sobrevivência ou nova utopia?”, in Becker, Bertha K. e Miranda, Mariana. *A Geografia política do desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Morin, Edgar (1997), *Uma política de civilização*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Sachs, Ignacy (2004), *Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Santos, Boaventura de Sousa (2005), “Prefácio”. Santos, Boaventura de Sousa (org.), *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista. Segunda edição*, Civilização Brasileira: Rio de Janeiro.
- Sen, Amartya (1993), “O desenvolvimento como expansão de capacidades”, *Revista Lua Nova*, 28/29, São Paulo: CEDEC, 313-333.
- Souza, Daline Maria de (2004), *Gestão local e desenvolvimento sustentável: uma avaliação das políticas públicas para o meio ambiente em Grossos-RN (2001-2004)*. Monografia de conclusão de curso. Departamento de Serviço Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

RESUMOS

As transformações em curso no sistema mundial evidenciaram, dentre outros aspectos, a necessidade de (re) significação da noção de desenvolvimento e a compreensão das modificações

significativas na relação Estado, mercado e sociedade. Nesse cenário, redefinem-se papéis de atores sociais, que passam a fazer parte da efetivação de propostas de desenvolvimento que se materializam nos espaços locais. Em meio a essa reconceituação, pode-se incorporar a dimensão da responsabilidade social empresarial. Assim, desmistifica-se a globalização como geradora de um modo homogêneo de vida, permitindo visualizar outra sociabilidade possível, induzida pelo agir multifacetado dos participantes da dinâmica local.

ÍNDICE

Palavras-chave: desenvolvimento local, responsabilidade social, cidadania

AUTORES

MARIA IVONETE SOARES COELHO

Professora da Faculdade de Serviço Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, doutoranda em Ciências Sociais pelo Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil.

CARLA MONTEFUSCO DE OLIVEIRA

Professora do Departamento de Serviço Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, doutoranda em Ciências Sociais pelo Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil.