

REVISÃO CONCEITUAL DE CIDADANIA EMPRESARIAL¹

Revisando a literatura existente sobre cidadania empresarial, percebemos, de fato, uma inconsistência acerca de sua definição conceitual. Alguns autores utilizam os termos responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial meramente como sinônimos.

Por outro lado, nos últimos cinco anos, muito temos ouvido falar, tanto no meio empresarial quanto na mídia, do termo cidadania empresarial. Popularmente, este conceito tem sido tratado de maneira bastante instrumental, ou seja, como algo que traria vantagem competitiva à organização frente à crescente concorrência e seu aspecto mais ressaltado tem sido o de investimento na comunidade através de projetos ou ações sociais com recursos transferidos por empresas.

Com o processo de globalização da economia, o tema vem ganhando ainda mais espaço nos fóruns de discussão empresarial e na mídia dirigida aos empresários, em vista dos impactos dos investimentos internacionais sobre as comunidades locais onde são aplicados. Para empresas que possuem operações em diversas partes do globo, far-se-ia necessário, então, desenvolver uma política de investimentos sociais, comunitários ou ambientais que tivesse consistência em todas as unidades da corporação, seguindo a máxima: "pensar globalmente, agir localmente".

Conclui-se que o conceito de cidadania empresarial para não ter sua prática limitada a projetos específicos, precisa ser desenvolvido num espectro mais amplo, permeando toda a organização, incorporando a performance social corporativa e tendo como pano de fundo o desenvolvimento sustentável. Já o conceito de responsabilidade social corporativa requer, para a sua construção teórica e aplicação prática, a sua incorporação à orientação estratégica da empresa refletida em desafios éticos para as diferentes dimensões do negócio. Por fim, propõe-se uma matriz para a análise conceitual de responsabilidade social corporativa e de cidadania empresarial, a partir da qual exemplifica-se uma classificação de algumas das abordagens levantadas pela literatura investigada.

Dentro dessa perspectiva que se contrapõe a ações sociais discricionárias da empresa, Ostergard (1999) avalia que as organizações deveriam repensar sua responsabilidade social de forma estratégica, ou seja, alinhada com seus objetivos estratégicos. Nesse sentido, haveria um foco de investimento social, pelas empresas, em áreas que possam alavancar os pontos fortes de seu core business, melhor utilizar seus recursos e maximizar o retorno para as

¹ Autoria: Patrícia Almeida Ashley, Renata Buarque Goulart Coutinho e Patrícia Amélia Tomei. In: Rede de Informações do Terceiro Setor (RITS) - www.rits.org.br (acessado em 08.10.07).

comunidades em que atuam, seus colaboradores e investidores. Esta linha de pensamento vem guiando o conceito de filantropia estratégica, que tem angariado um número bastante extenso de adeptos no meio empresarial nos últimos anos.

Cidadania empresarial é um termo que vem recebendo atenção e promoção do governo americano. Em 1996, o Presidente dos Estados Unidos da América, Bill Clinton, promoveu uma conferência reunindo empresários, líderes trabalhistas e estudantes para discutir, disseminar e incentivar práticas de cidadania empresarial. Clinton destaca cinco princípios da cidadania empresarial: ambientes de trabalho favoráveis à vida familiar dos empregados, seguro saúde e plano de previdência, segurança no trabalho, investimento nos empregados e parceria com os empregados. Em seu discurso o Presidente dos Estados Unidos acrescenta uma outra conotação para o termo cidadania empresarial, a qual contempla apenas um dos grupos de stakeholders: os funcionários, deixando de considerar os demais grupos. Weissman (1996) aponta, detalhadamente, os temas não abordados pelo Presidente Clinton no tratamento do conceito de cidadania empresarial:

"Clinton acknowledged a number of non-employment-related corporate responsibility issues that would not be discussed at the conference: TV violence, the marketing of tobacco to kids, environmental degradation. Other profound topics related to corporate responsibility - corporate-community relations, corporate welfare, corporate concentration, job blackmail (threatening cities, states and countries with plant closure unless wage, tax and regulatory burdens are lowered), corporate influence over the political process and the obligation to provide consumers with safe, well-made and reasonably priced goods - went unmentioned" (p.5).

O Prêmio ECO (Empresa e Comunidade), promovido pela representação, em São Paulo, da Câmara Americana de Comércio é também outra forma de incentivar e premiar ações de cidadania por parte das empresas. Analisando o discurso dos atores envolvidos no processo do prêmio, Rohden (1996) detectou que o termo filantropia empresarial é pouco utilizado para descrever as iniciativas de empresários na sociedade civil, sugerindo uma conotação paternalista. Novas designações como ação social empresarial, investimento social, participação social ou comunitária da empresa, desenvolvimento social ou cidadania empresarial seriam, portanto, mais adequadas. Segundo Rohden (1996), o conceito de cidadania empresarial encampa a noção de co-responsabilidade da empresa pelos problemas da sociedade, definindo como empresa-cidadã "aquela que não foge aos compromissos de trabalhar para a melhoria da qualidade de vida de toda a sociedade" (p.46).

Segundo Mayhew (1999), a cidadania empresarial teve suas origens em ações paternalistas, com vistas a consolidar relações entre as organizações e as

comunidades em que estavam inseridas. A maior parte destas ações era de caráter filantrópico e tinham como principal fator motivador algum tipo de retorno aos investidores. Neste mesmo sentido, Altman (1998) fala da cidadania empresarial como sendo a função de relações comunitárias corporativas (CCR) e a define como a função por meio da qual a empresa interage, intencionalmente, com organizações sem fins lucrativos, grupos de cidadãos e outros stakeholders ao nível da comunidade.

Por outro lado, Martinelli (1997), propõe uma perspectiva de evolução da empresa, classificável em três estágios, a saber:

- a) A empresa unicamente como um negócio, instrumento de interesses para o investidor, que em geral não é um empresário, e sim um "homem de negócios" com uma visão mais imediatista e financeira dos retornos de seu capital;
- b) A empresa como organização social que aglutina os interesses de vários grupos de stakeholders - clientes, funcionários, fornecedores, sociedade (comunidade) e os próprios acionistas - e mantém com eles relações de interdependência. Estas relações podem estar refletidas em ações reativas (resolução de conflitos) ou pró-ativas, tendo para cada grupo de stakeholders uma política clara de atuação.
- c) A empresa-cidadã que opera sob uma concepção estratégica e um compromisso ético, resultando na satisfação das expectativas e respeito dos parceiros.

Segundo o autor, no estágio empresa-cidadã, a empresa passa a agir na transformação do ambiente social, sem se ater apenas aos resultados financeiros do balanço econômico, buscando avaliar a sua contribuição à sociedade e se posicionando de forma pró-ativa nas suas contribuições para os problemas sociais. A empresa classificável como empresa-cidadã possuiria objetivos sociais e instrumentos sociais, os quais não deveriam ser confundidos com práticas comerciais com objetivos econômicos. Desta forma, sua atuação agregaria uma nova faceta ao seu papel de agente econômico: a de agente social. Ela passaria a disponibilizar, com as devidas adaptações, os mesmos recursos aplicados em seu negócio, em prol da transformação da sociedade e do desenvolvimento do bem comum.

Martinelli argumenta ainda que a prática da cidadania empresarial poderia trazer, à empresa promotora, ganhos substanciais, tais como:

- ∴ Valor agregado à sua imagem;
- ∴ Desenvolvimento de lideranças mais conscientes e socialmente responsáveis;
- ∴ Melhoria do clima organizacional e da satisfação e motivação decorrentes de aumento de auto-estima;

- ∴ Reconhecimento e orgulho pela participação em projetos sociais, entre outras vantagens.

Carroll (1998, 1999), autor clássico na literatura sobre responsabilidade social corporativa, por sua vez, propõe uma convergência entre os conceitos de cidadania empresarial e de responsabilidade social corporativa e aponta quatro faces para a cidadania empresarial: econômica, legal, ética e filantrópica. Desta forma, boas empresas-cidadãs deveriam ser lucrativas, obedecer às leis, ter comportamento ético e retribuir à sociedade em forma de filantropia.

Por outro lado, Maignan (1999) nos chama a atenção para o fato de que, apesar de alguns autores apresentarem cidadania empresarial e performance social corporativa como sinônimos, haveria distinções a serem observadas. Enquanto a performance social corporativa investigaria questões morais, gerenciais e sociológicas, a cidadania empresarial atuaria no nível restrito das atividades desenvolvidas pela organização para atender responsavelmente demandas sociais concretas.

Maignan (1999), no entanto, utiliza o modelo de Archie Carroll para a performance social corporativa e seus respectivos quatro tipos de responsabilidade (econômica, legal, ética e discricionária) para redefini-lo como cidadania empresarial. Por outro lado, lança mão da teoria de stakeholders para direcionar a caracterização dos atores sociais que seriam alvo da cidadania empresarial. Desta forma, a autora propõe uma definição de cidadania empresarial que integra a modelo de Carroll (1979) para a performance social corporativa e a conceito de stakeholder management, pela definição adotada por Clarkson (1995). Maignan chega, então, a uma definição segundo a qual cidadania empresarial seria a extensão pela qual as organizações atendem a suas responsabilidades econômicas, legais, éticas e discricionárias, exigidas por seus diversos stakeholders.

Em sua tese de doutorado concluída em 1998, Davenport adotou uma metodologia baseada no método Delphi e grounded theory, de forma a gerar conhecimento sobre como os diversos grupos de stakeholders definem o que seria uma empresa-cidadã. Sendo assim, Davenport (1998) reconhece, por sua metodologia, que o próprio conceito de cidadania empresarial não está suficientemente consolidado no meio acadêmico e empresarial.

Apesar da maioria das definições encontradas darem à cidadania empresarial uma conotação discricionária, encontramos em alguns autores (Maignan, 1999 e Mayhew, 1999) uma preocupação pelo desenvolvimento do conceito de cidadania empresarial para um espectro mais amplo, permeando toda a organização, tendo como pano de fundo o desenvolvimento sustentável e estando, desta forma, presente em seu processo decisório como um todo e não apenas em projetos específicos.