

**AS NOVAS CONFIGURAÇÕES DO ESTADO E DA EDUCAÇÃO SOB AS
INFLUÊNCIAS DO TERCEIRO SETOR NA CONTEMPORANEIDADE**

**THE NEW CONFIGURATIONS OF THE STATE AND THE EDUCATION UNDER
THE INFLUENCES OF THE THIRD SECTOR IN THE CONTEMPORANEITY**

MIRANDA, Aline Barborsa de¹
SILVA, Maria Vieira²

RESUMO

Este artigo pretende problematizar as interfaces existentes entre a expansão do terceiro setor e as novas configurações do papel do Estado na contemporaneidade, mediante estudos pautados em uma abordagem teórico-conceitual e em uma pesquisa empírica realizada no interior das empresas com responsabilidade social.

Palavras Chave: Terceiro Setor, Estado, Responsabilidade Social

ABSTRACT

This article intends to problematize the existing interfaces between the expansion of the third sector and the new configurations of the paper of the State in the contemporaneity, by means of studies guided in a theoretician-conceptual boarding and a carried through empirical research in the interior of the companies with social responsibility.

Key-words: Third Sector, State, Social Responsibility

¹ Mestranda em Educação pela Universidade Federal de Uberlândia

² Professora do Programa de Pós-graduação da Universidade Federal de Uberlândia

INTRODUÇÃO

O Terceiro Setor é um conjunto complexo e heterogêneo de entidades composto por organizações, associações comunitárias e filantrópicas ou caritativas, alguns tipos específicos de movimentos sociais, fundações, cooperativas e empresas autodenominadas cidadãs. O Terceiro Setor tem expandido significativamente no cenário mundial e, de acordo com alguns autores propositivos, sua emergência e consolidação, ocorrem devido à decadência da ação do primeiro setor, representado pelo Estado, que gradativamente exime-se de suas funções básicas, delegando-as a outras esferas da sociedade. Neste processo figura-se também o segundo setor, constituído, pela esfera mercadológica, sobretudo, por empresas da esfera privada, cujas principais características no passado e nos dias atuais, traduzem-se no ímpeto concentrador de rendas, fator responsável por favorecer as elites e agravar cada vez mais a desigualdade e a exclusão social.

A emergência desta nova perspectiva de ação social teve início no cenário mundial, sobretudo na década de 80, período em que muitas empresas passaram a transformar suas atitudes e valores, assumindo de forma crescente, responsabilidades sociais através da estruturação de projetos imbuídos de interesses diversos.

Em fins da década de 90, estudos teóricos de autores de diversas procedências, com distintas perspectivas teórico-metodológicas e concepções político-ideológicas variadas, têm contribuído para potencializar esse debate. Evidenciamos na literatura analisada, diversas abordagens que, se convergiam para duas vertentes: uma de cariz propositivo e uma de cariz crítico. A primeira encontrada especialmente em obras ligadas ao campo da administração, direito, economia, e a segunda, especialmente, ao campo das políticas públicas.

Este estudo justifica-se pelo suposto de que precisamos aprofundar nossa compreensão a respeito da nova configuração do Estado, visto que o Terceiro Setor encontra-se intrinsecamente ligado a esta transformação; seu papel e modalidades de intervenção aparecem como um dos temas mais controversos e polêmicos nas Ciências Humanas, e assume uma centralidade nos campos de análises atinentes às políticas públicas. Todavia, ainda são lacunares os estudos e pesquisas que se propõem à sua investigação, devido, sobretudo, às diferentes procedências dos autores deste campo.

Esta investigação visou aprofundar reflexões concernentes às ações desenvolvidas pelas empresas com responsabilidade social, tendo como foco investigativo as instituições que compõem o segmento empresarial no município de Uberlândia-MG. E posteriormente identificamos o trabalho e as ações desenvolvidas por estas entidades e suas relações com a educação escolar, atendo-nos também à análise da estrutura tributária e subvenções públicas angariadas por essas entidades, por estarem desenvolvendo projetos de cunho assistencialistas.

A presente investigação foi norteadada por pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e pesquisa documental. A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida através do rastreamento de dados nacionais e internacionais nos campos da Administração de Empresas, Economia, Direito, Educação e Ciências Sociais. A pesquisa documental se pautou, sobretudo, na legislação tributária e de incentivos fiscais, bem como nos

projetos das empresas. E a pesquisa de campo foi operacionalizada junto às ações das empresas que compõem o Terceiro Setor, na cidade de Uberlândia – MG.

Na implementação da pesquisa empírica realizamos entrevistas com nove empresas, no período de janeiro de 2005 a agosto de 2005. No que concerne ao setor de atuação das empresas que constituíram nossa amostragem, buscamos entrevistar empresas de ramos diversos.

Tabela 1 – Setores de atuação das empresas

Setores de atuação	Quantidade
Alimentos	02
Couros e correlatos	01
Bebidas não alcoólicas	01
Energia elétrica	01
Saúde	02
Higiene e limpeza	01
Comunicação	01
Total	09

Fonte: os autores

Das nove empresas nas quais efetivamos a pesquisa empírica, selecionamos duas para aprofundarmos nossas análises sobre a responsabilidade social. Os critérios adotados para essa escolha foram: o desenvolvimento de projetos sociais na área de educação e empresas que possuíam programas estruturados, visto que muitas empresas entrevistadas desenvolviam ações isoladas, configuradas como filantropia. As empresas escolhidas foram: *Beta e Gama*³.

Adotamos neste trabalho uma perspectiva crítica acerca do terceiro setor, todavia, em seu desenvolvimento torna-se claro que algumas empresas têm envolvido esforços para garantir um trabalho socialmente comprometido com a comunidade. O que nos cabe problematizar, na condição de pesquisadoras, são os efeitos estruturais destas ações na dinâmica social, apreendendo as contribuições desta via para a resignificação do Estado; a pertinência e a natureza destas ações e os significados para as empresas e os impactos para a comunidade atendida.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: PONTOS E CONTRAPONTOS EM TORNO DA TEMÁTICA

O Terceiro refere-se a uma nova figura jurídica que tem se expandido significativamente no cenário mundial. Nos estudos atinentes a este setor, reafirmamos a característica atribuída a esse tema, expressa pelo seu caráter polêmico, cujos autores de diversas procedências, de diferentes tempos históricos, com distintas perspectivas teórico-metodológicas e concepções político-ideológico variadas, não conseguem estabelecer um consenso, a respeito dos conceitos que o fundamentam.

³ Estas nomenclaturas são fictícias visando preservar a identidade das empresas.

Ao longo dos estudos e análises sobre o Terceiro Setor, percebemos na literatura analisada, diversas abordagens que se convergiam para duas vertentes: uma propositiva e uma crítica. A primeira encontrada especialmente em obras ligadas ao campo da administração, direito, economia e a segunda, especialmente, ao campo das políticas públicas.

Temos como exemplos de alguns autores da abordagem propositiva: Simone de Castro Tavares Coelho (2000); Rubem César Fernandes (2004); Francisco Paulo de Melo Neto e César Froes (2002); Evelyn Berg Ioschpe (2000); Stephen Kanitz (2004); Antônio Marmo Trevisan (2002); entre outros. Como exemplo de autores que desenvolvem uma análise crítica sobre o Terceiro Setor, nos atemos, sobretudo a análise da obra de Montaño (2003), por ser uma produção que aborda de forma satisfatória os pontos críticos chaves concernentes ao Terceiro Setor.

Na perspectiva dos autores da vertente crítica, um dos maiores problemas relacionados ao Terceiro Setor, refere-se ao fato de que ao transferir responsabilidades da esfera do governo para as organizações da sociedade civil, o Estado desvencilha-se de seu papel histórico e fundamental concernente à assistência social. Havendo ainda outros desdobramentos, expressos pelo fim da dicotomia público x privado; simbiose entre estas duas dimensões; desobrigação do Estado às questões relacionadas ao social; perda dos direitos historicamente conquistados e transformação de serviços que as pessoas têm por direito em ações de altruísmo.

Já na perspectiva propositiva, a emergência do terceiro setor é extremamente importante, pois é responsável por ajudar a população que se encontra desassistida e esta colaboração, embora de qualidade duvidosa, para quem não tem nada, pode representar tudo. Autores propositivos afirmam que o governo atual, encontra-se em crise e seus serviços são precários, burocráticos e de má qualidade e as organizações do Terceiro Setor são dinâmicas, democráticas, populares, flexíveis e a solução mais eficaz para os problemas do Estado. Em linhas gerais, na direção dos autores de procedência propositiva, a emergência e consolidação do terceiro setor ocorrem devido à decadência da ação do primeiro setor, representado pela figura histórica do Estado, que gradativamente exime-se de suas funções básicas, delegando-as a outras esferas da sociedade.

Autores como Montaño (2003), acreditam não haver ainda consenso a respeito das entidades que constituem o Terceiro Setor, segundo ele, não há acordo entre os teóricos e pesquisadores sobre quais entidades constituem este setor. Diante desta situação, ocorrem dúvidas se movimentos como: o MST (Movimento dos Sem Terra), as lutas civis, étnicas e raciais, integram ou não o Terceiro Setor. Dúvida esta, relevante que parece não haver consenso sobre sua resposta. Entretanto é comum encontramos autores afirmando que o Terceiro Setor é constituído, por um conjunto complexo e heterogêneo de entidades composto por organizações, associações comunitárias e filantrópicas ou caritativas, alguns tipos específicos de movimentos sociais, fundações, cooperativas e empresas autodenominadas cidadãos.

Segundo Montaño (2003), o conceito do terceiro setor é construído a partir de um recorte social em esferas, fragmentado, com o Estado representando o primeiro setor, o mercado o segundo e a sociedade civil o terceiro. Recorte este, analisado

sob uma ótica crítica, neopositivista, que isola e desconsidera sua articulação, como se o “político” pertencesse à esfera estatal, o “econômico” ao mercado e a sociedade civil, o “social”, num conceito reducionista.

Muitos questionamentos são correntes no campo deste tema polêmico, Montañó (2003), menciona que vários teóricos o apreendem como superador da dicotomia público/privado. Seria “terceiro” ou “primeiro” setor? O terceiro setor teria aparecido para resolver esta dicotomia? Se o Estado está em crise e o mercado tem uma lógica lucrativa, nenhum poderia se responsabilizar pelo social, neste sentido, o terceiro setor seria a articulação/interseção entre o primeiro e o segundo setor, a atividade pública desenvolvida pelo setor privado (o público não estatal).

Segundo o discurso de seus proponentes, o Terceiro Setor não visa o lucro e nem o poder e é mobilizado em busca de fins eminentemente sociais. Todavia, uma aproximação com as ações das entidades constitutivas deste segmento, permite-nos inferir que suas propostas trazem a marca da ambigüidade, mediante a relação entre a esfera pública e a esfera privada. Tal ambigüidade emergiu, sobretudo a partir da nova configuração do Estado, que gradualmente vem delegando algumas de suas principais funções ao Terceiro Setor.

Muitos autores questionam o caráter de “não lucratividade” das entidades do Terceiro Setor. Dentre os diversos tipos de organizações que afirmam não visar o lucro, percebe-se a pretensão de lucratividade de forma indireta expressa pela isenção de impostos e *marketing* (no caso de empresas privadas) e pela corrupção, no caso das ONGs (Organizações Não Governamentais).

RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: UMA ABORDAGEM EMPÍRICA SOB O ENFOQUE DA EMPRESA BETA

Fundada em 1971 por *Peter Brow*⁴, como depósito de Refrescos Ipiranga S.A., de Ribeirão Preto (SP), tornou-se fábrica filial desta empresa em 1976, passando a ser uma matriz independente em 1987. Atualmente, a Empresa Beta é composta pela fábrica de Uberlândia e por três regionais (Uberaba, Patos de Minas e Ituiutaba).

É franqueada pela Empresa Beta norte-americana, fabricante e distribuidora de bebidas alcoólicas e não alcoólicas. A filosofia adotada pela empresa Beta, está pautada na Qualidade Total por excelência, compromisso com o sucesso dos clientes internos e externos. O recolhimento tributário desta empresa devolve à comunidade benefícios de estrutura e serviços sociais, tais como escolas, hospitais, estradas, iluminação pública e demais serviços voltados para a população em geral.

A funcionária responsável pelo desenvolvimento de projetos sociais, ocupa o cargo de *Assistente em Responsabilidade Social*, ligado ao departamento de Talentos Humanos da empresa. Possui grau superior incompleto, atualmente é graduanda em Pedagogia Empresarial pela Uniminas (União Educacional Minas Gerais Ltda).

O primeiro aspecto conceitual abordado pela entrevista realizada na Empresa Beta foi relativo ao conceito de responsabilidade social empresarial. Evidenciamos que a sua concepção de responsabilidade social encontra-se pautada nos princípios dos

⁴ Nome fictício atribuído ao fundador da empresa, com o objetivo de preservar sua identidade.

autores propositivos sobre a temática. Na perspectiva de Magrelo (2004), e do Instituto *Ethos*, Responsabilidade Social, é uma forma de conduzir os negócios da empresa de maneira a torná-la parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Nesta direção, a empresa socialmente responsável é aquela que ouve os interesses dos diferentes segmentos que a constituem (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), conseguindo incorporá-los no planejamento estratégico de suas atividades, incluindo aí posicionamento da marca.

A depoente D. Beta⁵ elucida que a responsabilidade social dentro de uma empresa deve ser vista como um todo, olhando o lado do funcionário, do patrocinador, de todos. Porque ao contrário, não seria responsabilidade social, seria responsabilidade de apenas um.

Neto e Froes (2002) ampliam o conceito de responsabilidade social empresarial mencionando que consiste na sua decisão de participar ou não, mais diretamente das ações comunitárias na região em que estão presentes e minorar possíveis danos ambientais, se por ventura, esta empresa os causar.

Segundo Trevisan (2002), a postura de algumas empresas frente ao social decorreu da tomada de consciência destas, visto que se encontram inseridas em determinado contexto e o seu próprio bom desempenho e crescimento dependem também das condições satisfatórias ou não das pessoas que integram esta realidade.

Contudo, na perspectiva de Montaño (2003), o desenvolvimento de projetos sociais pelas empresas abarcam um grave problema, pois, normalmente, elas atuam no meio em que estão inseridas. Assim, as áreas mais necessitadas de apoio, como o nordeste brasileiro, são justamente as áreas que não recebem ajuda das empresas (em números expressivos), por elas não terem sede e, conseqüentemente, interesse comercial nesse local. Diante disso evidencia-se que as áreas mais necessitadas são desprovidas de apoio das organizações empresariais que integram o Terceiro Setor. Assim podemos inferir que as medidas intervencionistas do terceiro setor são, de certa forma paliativas, e que não se pode prescindir do Estado como provedor para garantir o acesso a bens sociais como a educação.

Na perspectiva da depoente, há uma distinção entre responsabilidade social e filantropia: a primeira atinge uma gama maior de beneficiados e são ações, já a segunda é uma doação, é mais particular e individual.

É possível afirmar que anteriormente a ascensão do debate sobre responsabilidade social, já imperava em muitas empresas e entre várias pessoas físicas, a prática da filantropia. Nesse sentido, nota-se que a responsabilidade social emergiu a partir das práticas da filantropia, entretanto adquiriu especificidade, estruturação e organização próprias. Segundo seus propositores, é uma forma de ajudar, assim como a filantropia, entretanto, é mais sistematizada e propicia a autonomia do beneficiado.

⁵ D. Beta refere-se ao nome fictício atribuído a entrevistada, visando preservar sua identidade.

Na empresa em questão se desenvolve diversos projetos, mas o foco de atuação é a educação. Um dos principais projetos é o *Alfa Vida e Escola*⁶. Refere-se a um projeto que atende a cinquenta crianças na faixa etária de seis anos, oferecendo a elas o ensino fundamental, da Educação Infantil às séries iniciais do Ensino Fundamental. Essas crianças são atendidas em período integral; em um período são atendidas pelo ensino regular e em outro turno têm aulas de informática, literatura, educação física, natação, recreação e música, perfazendo um total de dez horas e trinta minutos na escola. Segundo a depoente, as crianças saem de lá com uma auto-estima bastante elevada. O currículo se preocupa com noções básicas da sociedade, de como se incorporar com relação à higiene, a comportamento e acompanhamento psicológico. Essas atividades são desenvolvidas nas dependências do Sesi Gravatás⁷, o qual é parceiro da empresa.

As crianças que participam do programa são oriundas das classes menos favorecidas que não foram atendidas pela Prefeitura Municipal. O Sesi utiliza como critério para seleção das crianças um estudo socioeconômico das famílias, mediante triagem e acompanhamento por assistente social. Eles priorizam o atendimento das crianças cuja família possui baixa renda; com grande número de filhos e famílias com problemas graves de saúde (câncer, problemas emocionais, entre outros).

Um outro projeto em andamento é o *Projeto P β VJ*⁸. É um programa criado pelo Instituto da Empresa Beta, cuja origem encontra-se na matriz, localizada nos Estados Unidos (Texas), e é adaptado aqui no Brasil. O foco do *P β VJ* é a minimização da evasão escolar. Esse programa trabalha com as crianças que se encontram em risco de evadir-se da escola; a proposta é recuperá-las através de atividades que promovam a elevação da auto-estima. A criança passa por um monitoramento de um coordenador, no qual a sua auto-estima é valorizada. Esse aluno que estava se evadindo ganha uma sala de aula com três alunos menores que ele, para monitorar. Ele auxilia crianças de primeiras e segundas séries que estão com dificuldades em sala de aula. O jovem que faz a monitoria normalmente está na sétima ou oitava série e é acompanhado por uma coordenadora que lhe dá o suporte, para desenvolver suas atividades. O monitor ganha um bônus por este trabalho, podendo retirar em calçados, ou alimentação.

O projeto é desenvolvido na *Escola Municipal Odilon Custódio Pereira*. Foi indicada pela Secretaria Municipal de Educação, em virtude do alto índice de evasão e da realidade complicada que as crianças que lá freqüentam possuem. É comum a estas crianças assistirem brigas em casa, terem pais ou mães alcoólatras ou presos por crimes como tráfico de drogas, entre outros.

A empresa desenvolve também o projeto Dom Bosco, desenvolvido em uma escola na zona rural, na qual há uma sala de informática, com oito computadores. Há duas coordenadoras do projeto que oferecem noção básica de informática para aproximadamente 340 crianças. No turno noturno, o atendimento é dedicado a pessoas com idade entre 60 e 70 anos que vão buscar o aprendizado e passam pela sala de informática.

⁶ Nome fictício atribuído ao projeto visando preservar a identidade da empresa, uma vez que o nome real do projeto é o mesmo da empresa.

⁷ Sesi – Serviço Social da Ind. Gravatás (Conjunto Assistencial Virgílio Galace)

⁸ Idem nota 10.

A empresa desenvolve também o *Projeto Criança Criativa* que atende 40 crianças no bairro Industrial; é uma escola particular e a Empresa Beta financia parte das mensalidades e dos uniformes. As crianças beneficiadas também se encontram em situações difíceis, como pais separados ou mães que vivem longe, necessitando de cuidados especiais.

Outro projeto desenvolvido na área do meio ambiente pela empresa é o *Reciclou Ganhou*. Esse projeto incentiva as escolas a trabalharem a educação ambiental e sua importância, promovendo a conscientização das crianças sobre o meio ambiente e a importância de trabalhar com a reciclagem de materiais como alumínio, plástico, etc. No final do ano, várias escolas ganham computadores, televisores entre outras premiações.

Depreende-se, pois, que essa empresa atua em diversos programas na área educacional, que na verdade, deveriam ser oferecidos pelo governo. Muitos autores afirmam que o fator que propiciou condições para que a iniciativa privada começasse a intervir em esferas de responsabilidade do governo foi à crise do Estado.

Os autores da abordagem propositiva denominam o Terceiro Setor (e conseqüentemente a responsabilidade social), como o novo responsável por prover as responsabilidades concernentes ao Estado. De acordo com Froes e Neto (2002), o Terceiro Setor é justamente a mobilização das ONGs, sociedade civil, estado e empresas privadas unidos em torno de um objetivo comum, sem fins lucrativos, em benefício do social, respaldando a emergência desta nova ordem mundial, caracterizada pelo:

Predomínio da ação comunitária sobre a ação estatal e empresarial; mudanças profundas nas relações do cidadão com o governo; surgimento de uma nova concepção de Estado; substituição da prevalência dos interesses corporativos pela hegemonia do interesse social; surgimento de novas instituições sociais, **diminuição da influência da burocracia estatal** e aumento da influência das entidades comunitárias e emergência de redes de solidariedade social. (Neto e Froes, 2002p. 3, – grifo nosso)

Montaño (2003), contudo, discorda veementemente dessa inferência, ponderando que “a esperança no suposto poder democratizador do “Terceiro Setor” pelos seus teóricos é irmã da desesperança e do pessimismo que estes têm em relação ao Estado democrático e de direito”. Pois estes autores estabelecem uma comparação expressa entre: instituição estatal (burocrática, ineficiente, corrupta e em crise fiscal) e organizações do Terceiro Setor (dinâmicas, democráticas, populares, flexíveis). Acresce-se ainda a suposta escassez de recursos, como uma das justificativas para a transferência de responsabilidades sociais à iniciativa privada. As políticas universais, não contratualistas e constitutivas de direito e cidadania são acusadas pelos neoliberais de esvaziarem os fundos públicos.

Montaño (2003), assevera que como o Estado está em crise e o mercado tem uma lógica lucrativa, nenhum poderia se responsabilizar pelo social, neste sentido, o terceiro setor seria a articulação/interseção entre o primeiro e o segundo setores, a atividade pública desenvolvida pelo setor privado (o público não estatal). Segundo Amoroso(2003), a responsabilidade social (integrante do Terceiro Setor) traduz-se em um conjunto de iniciativas privadas de caráter público, sem fins lucrativos, isentos de discurso partidário.

O grande problema, segundo Montaño (2003), reside no fato de o governo estar incentivando e apoiando estes programas e se desresponsabilizando paulatinamente das responsabilidades sociais. Esse autor esclarece ainda que o Estado propõe como solução para a crise do capital que vem enfrentando, o neoliberalismo que visa à reconstituição do mercado através da eliminação da intervenção social. Diante disso, a desregulamentação e flexibilização das relações trabalhistas e a reestruturação produtiva contribuem para a reforma do Estado, particularmente no que tange a desresponsabilização das intervenções sociais. Com a ausência do Estado, o mercado torna-se a instância, por excelência, de regulação e legitimação do capital e também de parte das responsabilidades sociais.

Os autores orientados pela lógica propositiva, afirmam que o surgimento desse novo setor está diretamente ligado à promoção do bem-estar público e do bem estar comum, visando amenizar os problemas ocasionados pela pobreza, desigualdade e exclusão social. Tem como nível de atuação o comunitário e as ações desenvolvidas pelos componentes deste setor, são de caráter público e privado, associativas e voluntaristas. E todas as entidades de diversas procedências, envolvidas neste propósito, são norteadas pela finalidade precípua pautada no desenvolvimento político, econômico, social e cultural no meio em que atuam.

Quanto aos impactos desses projetos e ações sociais na comunidade, a empresa avalia que a criança que egressa desses programas são conscientes, fortes emocionalmente e isso repercute diretamente na comunidade e na família, porque ela sai crítica, falando e opinando, em função do tempo em que permaneceu em um local no qual sua vida foi produtiva. E desta forma as ações desta criança impacta diretamente na comunidade. Os pais sentem-se bastante gratificados e escrevem cartas ao projeto relatando a melhora dos filhos.

Segundo a depoente, outro meio de avaliar o trabalho realizado pela empresa é através do projeto de tratamento de água, porque a comunidade é beneficiada com isso. No entanto, essa postura da empresa relaciona-se mais com as responsabilidades legais que ela possui com a comunidade e com o meio ambiente, que propriamente com o fato de ser um benefício para a comunidade.

Segundo declarações da depoente, os projetos desenvolvidos não visam diretamente premiações como os selos, todavia eles são uma consequência do trabalho desenvolvido. A aquisição do selo traduz-se como uma forma de mostrar à comunidade que a empresa está trabalhando com transparência e ética. A empresa possui o *Selo Amigos da Criança (Abrinq)*; o *Empresa Cidadã*, entre várias outras certificações na área de responsabilidade social.

Para a interlocutora, ambas as partes, empresa e comunidade, são beneficiadas pelos projetos, pois a comunidade ganha conhecimentos, esclarecimentos, meios para se desenvolver e a empresa porque ganha o prestígio do consumidor e lucros indiretos.

A empresa ganha também porque agrega valor a nossos produtos; hoje em dia vocês sabem que as pessoas valorizam a área de responsabilidade social, então também é um caminho para nos beneficiarmos, não que nós fazemos *marketing* com isso. O consumidor assimila responsabilidade social com a empresa. Se o consumidor vê que aquela empresa é uma empresa responsável, ele dá preferência para ela. Por isso temos que mostrar ao consumidor

que nós somos uma empresa responsável, através desses selos. Inclusive os nossos caminhões têm os nossos selos. (Depoente D. Beta)

Aprendemos que embora não seja o objetivo principal, o *marketing* aparece vinculado os interesses da empresa e questionamos: **“A questão de agregar valor a marca acaba influenciando?”** “Também, não que seja um foco, mas ele acaba influenciando de maneira indireta”. (Depoente D. Beta)

Montaño (2003), analisando a questão concernente à expansão, qualificação e continuidade do Terceiro Setor tendo como foco as empresas, remete à legislação que na maioria dos casos, as beneficia, estimulando-as a desempenharem atividades sociais, visando benefícios oriundos de tais leis. Para viabilizar tais incentivos às organizações do Terceiro Setor, o Estado desenvolve diversas modalidades de cooperação e financiamento como: auxílio e contribuição; subvenções sociais, convênios, acordos ou ajustes; contratos de gestão; termos de parcerias e isenção de impostos.

Entretanto, segundo a declaração da interlocutora, a empresa não utiliza os benefícios concedidos pela legislação, pois o verdadeiro interesse das empresas está centrado na valorização de sua marca, haja vista que os benefícios do governo são incipientes e não interessam tanto quanto o *marketing* obtido pelos produtos.

Quanto à participação dos funcionários nos projetos, segundo a depoente, a Empresa Beta os incentiva a participarem do voluntariado, todavia estão no começo, e o movimento ainda é incipiente. Acrescenta que a empresa está criando um comitê para esclarecer e motivar mais os funcionários, pois nem todos estão participando e com a implantação deste comitê, muitos poderão aderir, pois todo mundo possui um lado altruísta. Elucida que a empresa financia os projetos e os funcionários participam como voluntários, da organização e da implementação.

Tendo como referência os esclarecimentos da depoente, depreende-se que a Empresa Beta investe recursos financeiros e humanos na implementação de seus projetos, todavia, o sistema de participação dos funcionários ainda está se consolidando, portanto não é ainda possível avaliar como se dará a inserção dos funcionários neste processo e se este implicará na sua intensificação de sua jornada de trabalho.

RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: UMA ABORDAGEM EMPÍRICA SOB O ENFOQUE DO GRUPO GAMA

O Grupo Empresarial Gama possui mais de cinqüenta anos; em 1954 foi criada a primeira empresa que constitui o grupo. Este Grupo Gama possui quatro divisões de negócios: Telecomunicações, Agro negócios, Entretenimento e Serviços. Há várias empresas nesses quatro ramos de negócios. Este Grupo foi se constituindo ao longo do tempo; o Grupo com este nome Gama, com o holding, (o *holding* é a empresa do Grupo que gerencia todas as outras empresas; aqui está a coordenação, a direção das direções das empresas) foi criado na verdade depois de muitas empresas, mas se for considerar o início do Grupo Empresarial Gama, foi na década de 40.

A responsável pelo desenvolvimento de projetos sociais, ocupa o cargo de coordenadora de projetos sociais do instituto, que se integra ao departamento do

Instituto⁹ do Grupo Empresarial Gama, é graduada em jornalismo e menciona desejo de fazer uma especialização em *marketing*.

Segundo a representante deste grupo, responsabilidade social é a forma como a empresa conduz os relacionamentos com os diversos públicos que ela tem, com os *stakeholders*. Quem faz o relacionamento da empresa com a comunidade, pode ser uma área ou pode ser um instituto e uma fundação, por meio de projetos ou ação social. Nesse sentido a depoente afirma que a responsabilidade social está no Grupo Gama inteiro, em toda sua teia de relacionamentos. “Ou todo mundo incorpora este conceito, esta postura, isso é um jeito de ser”. “É questão de caráter, caráter da empresa, responsabilidade social ela se relaciona ao caráter da empresa, a postura que a empresa tem com esses diversos públicos aqui”. (Depoente D. Gama¹⁰).

Alguns autores como Kanitz (2004), são orientados pela mesma lógica descrita pela interlocutora, pois ele afirma que algumas empresas se sobressaem e vão além de sua responsabilidade precípua, transcrita pela produção de produtos seguros, acessíveis, produzidos sem danos ambientais, bem como o estímulo aos funcionários para que sejam mais comprometidos.

A depoente afirma ainda que desenvolver projetos sociais ou não, não quer dizer que uma empresa é totalmente responsável, ela pode ser socialmente responsável sem desenvolver projetos na comunidade. E cita como exemplo de responsabilidade social, o treinamento de funcionários e premiações por resultados.

E esclarece que há uma grande diferença entre responsabilidade social e projeto social na comunidade. Pois responsabilidade social compreende além das ações externas com a comunidade, o relacionamento da empresa com seu público de relacionamento e já os projetos sociais têm a ver com as ações das empresas que culminam no relacionamento desta com a comunidade.

De acordo com a depoente, a responsabilidade social é “tradução de berço”, de importância fundamental, estrutural. Ela tem que permear os valores, as crenças e os princípios da empresa. Reportando ao surgimento da empresa, a depoente afirma que um dos princípios do fundador era servir a comunidade, então esta postura foi incorporada desde o início do Grupo Gama. E acrescenta que há dez anos atrás, os executivos deste grupo se reuniram para definirem crenças e valores e a responsabilidade social se fez presente, antes mesmo da atual discussão sobre a implementação de projetos sociais.

Na perspectiva de Amoroso (2003), a partir da década de oitenta, o empresariado brasileiro começou a assumir o seu papel social e a entender a importância de suas responsabilidades sociais. Para este autor, o desenvolvimento de uma nação depende de um reequilíbrio dos desafios sociais e de distribuição de rendas. Com o despertar deste interesse das empresas pelas questões sociais, as últimas décadas, no Brasil, estão sendo marcadas por uma gradual aceleração de ações sociais e

⁹ O Instituto do Grupo Gama é uma ONG, uma realização sem fins lucrativos que representa o Grupo Gama no relacionamento com a comunidade. Foi criado há três anos, com o objetivo de orientar, coordenar, dar foco e profissionalizar o investimento na comunidade que o Grupo Gama está inserido.

¹⁰ D. Beta refere-se ao nome fictício atribuído a entrevistada, visando preservar sua identidade.

pela intensificação de discussões em várias esferas da sociedade sobre o Terceiro Setor e Responsabilidade Social.

Quanto à distinção entre responsabilidade social e filantropia, a depoente afirmou residir na forma como se enxerga o beneficiário. A filantropia geralmente tem um histórico de natureza religiosa, e possui o caráter de caridade, de enxergar o indivíduo como vítima ou como uma pessoa com menos potencial que as outras, em função de milhões de variáveis.

Por outro lado, a depoente assegura que responsabilidade social ou o investimento social na comunidade pressupõe que o outro tem potencial e que precisa de oportunidade para viver este potencial. Destarte, se o aluno de uma escola pública que é difícil, tira nota ruim, é mal educado, é visto como um menino que não teve oportunidade para exercer o potencial dele e não como um problema.

A empresa desenvolve dois programas sociais em parceria com escolas públicas e instituições de educação: O Programa de Investimento Social, com os projetos (*Correio Educação, Criança, EmCantar e Histórias de Nossa Terra*) e o Programa de Voluntariado, com os projetos (*Acontecendo na escola, Alô Companheiro Solidário, Consórcio do Bem, Construir, Crescendo com @ educação, Cuidar, Eu vou para o CEEU, IncoLê, Leitura Viva, Mãos à Obra, Orientar para educar e crescer, Pequeno cidadão, Somos PARCEiros e Voluntários em ação*).

Esta empresa investe em programas sociais, entretanto, o número de projetos desenvolvidos pelos funcionários, nos quais eles têm apenas o controle da gestão é muito superior. Na perspectiva de Montañó (2003), o grande problema reside no fato de que ao assumir as responsabilidades do Estado, a iniciativa privada propicia mudanças significativas nas políticas sociais estatais, que são retiradas paulatinamente da órbita do Estado, sendo privatizadas.

Montañó (2003), elucida no que concerne ao trabalho voluntariado à possível perda dos direitos historicamente conquistados pelos trabalhadores. Pois de acordo com a Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998, o Serviço Voluntário é considerado como atividade não remunerada prestada por pessoa física a entidade pública. O **serviço voluntário não gera**, segundo a lei, **vínculo empregatístico**, nem **obrigação de natureza trabalhista, previdenciária**. (grifo nosso)

Após a descrição dos projetos, evidenciamos que esta empresa priorizou apenas a área educacional como foco de trabalho. Segundo a depoente foi definido este foco, pois, por maior que seja a empresa, ela possui recursos limitados e para eles o desafio era o de aprofundar a qualidade e o resultado do trabalho, pois anteriormente a definição destas prioridades as ações não tinham profundidade e se caracterizavam por atividades pontuais e esporádicas.

Diante desta situação, resolveram definir um foco que foi a educação, pois pesquisas nacionais demonstravam que os principais problemas no Brasil encontram-se no ensino fundamental, sobretudo, na primeira e na quinta séries, relacionados especialmente a leitura e a escrita. De acordo com a depoente, os alunos hoje, lêem, mas não compreendem, simplesmente decifram códigos. Destarte, esta foi a justificativa para o investimento em projetos sociais na área educacional.

Segundo a interlocutora, estes projetos têm grandes impactos na comunidade, entretanto, apenas em 2004 iniciaram a sistematização da avaliação e ainda estão construindo indicadores e formas de monitorar estes indicadores. Afirma que no momento, os impactos podem ser percebidos através de elogios de pais de professores, de alunos, sobretudo, das atividades de incentivo à leitura.

Trevisan (2002), afirma que ao assumir responsabilidades sociais, as empresas aproximam as pessoas dos problemas sociais os tornando mais reais do que pareciam quando eram considerados assuntos da esfera do estado. O foco das ações sociais desenvolvidas pelas empresas objetiva a promoção do bem-estar público e do bem-estar comum, visando amenizar os problemas ocasionados pela pobreza, desigualdade e exclusão social. Tem como nível de atuação o comunitário e as ações desenvolvidas pelos componentes deste setor, são de caráter público e privado, associativas e voluntaristas.

No que concerne ao desenvolvimento de projetos sociais, evidenciamos o interesse das empresas na aquisição dos selos, pois através deles a empresa tem condições de divulgar que seus produtos são desenvolvidos de forma socialmente responsável e trabalhar sua imagem, fazer seu *marketing*, embora a maioria das empresas afirmem que esse não é o objetivo principal.

O Grupo Gama possui alguns selos e reconhecimentos como: *Selo Empresa Cidadã*, da Câmara de Uberlândia, que segundo a depoente é uma proposta bem estruturada, pois os projetos são avaliados por critérios rigorosos. A empresa já ficou como finalista do *Prêmio Valor Social*. Além deste foi vencedora também do *Prêmio ABERGE Minas*, e já foi classificada no *Guia da Exame de Boa Cidadania Corporativa* por dois anos consecutivos. Além desses dispositivos de premiação possui também o selo da *Fundação Abrinq*, Empresa Amiga da Criança.

Na ótica da empresa estes reconhecimentos são importantes em dois aspectos, primeiro por referir-se ao reconhecimento da ação e segundo pela visibilidade para comunicação das empresas.

Na perspectiva de Montañó (2003), as empresas afirmam possuir o caráter de “não lucratividade” nas ações por elas desenvolvidas, entretanto, dentre os diversos tipos de organizações que afirmam não visar o lucro, percebe-se a pretensão de lucratividade de forma indireta expressa pela isenção de impostos e *marketing*.

A interlocutora descreve os impactos que o selo provoca na comunidade e consequentemente na imagem da empresa. Porque a comunidade reconhece as empresas que possuem selo, e privilegiam aquelas que são socialmente responsáveis.

Diante da exposição da depoente, depreende-se que sua fala está sintonizada ao pensamento de Trevisan (2002). Segundo este autor, os brasileiros estão cada vez mais predispostos a punirem empresas que não sejam socialmente responsáveis, fator este decorrente da cultura brasileira, caracterizada pela solidariedade inerente à grande maioria dos cidadãos.

Para esta empresa o investimento nos projetos sociais traz muitos benefícios, tanto para a empresa quanto para a comunidade, todavia, é um processo bastante trabalhoso e delicado.

Com certeza agrega valor à marca, eu acho que valoriza o nome da empresa e a postura dela. A empresa ganha uma intimidade com as pessoas do entorno (...) a empresa fica mais amigável, ela fica mais presente mesmo, interagindo melhor com aquela comunidade, de jeito mais suave, mais tranquilo. (Deponente D. Gama)

Fica evidente, pois, que embora não relacionem explicitamente a aquisição do selo ao *marketing*, o resultado positivo referente ao prestígio frente aos consumidores, é sempre esperado.

A depoente demonstrou preocupação com os rumos que o termo “responsabilidade social” vem tomando. Segundo ela, as pessoas estão falando de coisas que elas não compreendem, estão se apropriando de um discurso, sem conhecê-lo. Pois, muitas empresas afirmam estarem promovendo projetos sociais, todavia, quando vamos analisar, tratam-se apenas de ações extremamente pontuais. Desta forma, o discurso está incoerente e é preciso cuidado para que as empresas não se apropriem apenas dele para promoverem o *marketing* dos seus produtos.

A depoente conclui afirmando que o Brasil é enorme e os desafios são da mesma proporção e isso só vai mudar, se as idéias corresponderem aos fatos. Na verdade, se os fatos corresponderem às idéias. As empresas devem começar a praticar mais esses discursos. E não só se apropriarem de idéias por estarem na moda.

Após realizar este estudo empírico, evidenciamos que segundo a concepção das empresas responsabilidade social é desenvolver um trabalho dentro da empresa: ético, responsável, transparente de forma a oferecer produtos de qualidade a seus consumidores e gerar lucros. A questão do desenvolvimento de projetos sociais é apenas mais um dos quesitos que compõem a responsabilidade social. Para muitas empresas responsabilidade social é cumprir os seus deveres legais, é estar em dia com suas obrigações. Evidenciamos também que a maioria das empresas que desenvolvem responsabilidade social estimula o trabalho voluntariado dos seus funcionários. Temos como exemplo o Grupo Empresarial Gama, que desenvolve quatro projetos de investimento social e quatorze de voluntariado.

Embora a maioria das empresas afirme que o foco não é o *marketing*, todas o visam de forma indireta, pois a maioria delas começaram a sistematizar suas ações recentemente, no momento em que o tema abarca discussões calorosas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste trabalho foi possível depreender que o terceiro setor guarda polêmicas de natureza multidimensional: Ideológica, conceitual, econômica e social. Mas um ponto parece agregar o dissenso: o Terceiro Setor contribui para reconfigurar o histórico papel do Estado enquanto provedor de bens sociais.

No âmbito das empresas, suas ações têm contribuído para ocasionar outros desdobramentos, expressos na relação entre a esfera pública e a esfera privada; minimização da atuação do Estado nas questões relacionadas ao social; perda dos

direitos historicamente conquistados e transformação de serviços que as pessoas têm por direito em ações de altruísmo.

Ao estabelecer parcerias com prefeituras municipais e escolas, a iniciativa privada passa a atuar e assumir assuntos da esfera pública sob a lógica da iniciativa privada. Por seu turno o Estado, gradativamente, delega uma das suas principais funções transcritas pela assistência social, para a iniciativa privada. Diante disso o Estado isenta estas empresas de uma série de impostos, sob a justificativa da assistência ao social, em questão.

O grande problema reside no fato de que, como os próprios depoentes afirmaram, por mais recursos que a empresa tenha, eles são limitados; desta forma, a atuação das empresas no setor social é ínfima se comparada à do Estado. O papel do Estado como provedor das necessidades sociais é essencial, pois ele recebe recursos financeiros dos cidadãos exatamente para prover as necessidades sociais. Montañó (2003), afirma que esta gradual transferência das questões sociais para a iniciativa privada é uma alternativa que o capital e o neoliberalismo encontraram para saírem da atual crise.

Outro grave problema decorrente da intervenção das empresas nos assuntos sociais refere-se ao caráter de instabilidade e vulnerabilidade das ações das empresas. Pois, mediante a pesquisa empírica, ficou evidente que o objetivo precípuo de uma empresa em nossa sociedade capitalista é a expansão do lucro, e elas têm utilizado os projetos sociais como uma forma indireta de agregar valor social à sua marca e conseqüentemente aumentar seus rendimentos. Caso ocorra uma crise e seja necessário reduzir os custos, para a própria sobrevivência da empresa, provavelmente o primeiro gasto a ser eliminado será o destinado ao social. Diante disso a população que era assistida pelas empresas, mediante a desresponsabilização do Estado, e com as empresas em crise, ficará completamente desassistida. Assim estas ações se constituem sob a marca da descontinuidade e das ações episódicas e esporádicas. Em suma, o Terceiro Setor tem promovido novas formas institucionais de prestação de serviços que impactam sobre a reconfiguração da esfera pública e dos direitos universais provocando sérias irrupções na árdua e histórica conquista da cidadania.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMOROSO, S. **Responsabilidade Social**: Menos Marketing e Mais Ação. 2003. Disponível em: http://www.filantropia.org/artigos/sergio_amoroso.htm. Acesso em: 07/07/2004.
- COELHO, S. **Terceiro Setor** – Um Estudo de Casos Comparado Entre Brasil e Estados Unidos. São Paulo: Senac, 2000.
- FERNADEZ, R. **O que é o Terceiro Setor**. 2004. Disponível em: <http://www.rits.org.br>. Acesso em: 07/07/2004.
- IOSCHPE, E. et al. **3º Setor** – Desenvolvimento Social Sustentado. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. **O que é Responsabilidade Social**. 2005. Disponível em: www.institutoethos.org.br. Acesso em 08/01/ 2005.
- KANITZ, S. **O Que é o Terceiro Setor**. 2004. Disponível em: <http://www.filantropia.org/OqueeTerceiroSetor.htm>. Acesso em: 07/07/2004.
- REVISTA MEIO E MÍDIA. Uberlândia: [s.n], 2004, v. 37.

MONTANÕ, C. **Terceiro Setor e Questão Social**-Crítica ao Padrão Emergente de Intervenção Social. São Paulo: Cortez, 2003.

NETO, F.; FROES, C. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

SOARES, L. Os **custos do ajuste neoliberal na América Latina. Questões da Nossa Época**. São Paulo: Cortez, 2000.

TREVISAN, A. **A Empresa e o seu Papel Social**. Disponível em: <http://www.filantropia.org/artigos>. Acesso em: 07/07/2004.

Artigo recebido em agosto e aprovado em setembro de 2006.