

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR LITORAL

JESSICA CANTAGALLI

**O PROFISSIONAL DO SERVIÇO SOCIAL: CRÍTICA DA ATUAÇÃO NO ÂMBITO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

MATINHOS
2010

JESSICA CANTAGALLI

**O PROFISSIONAL DO SERVIÇO SOCIAL: CRÍTICA DA ATUAÇÃO NO ÂMBITO DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Trabalho apresentado à banca de Trabalho de Conclusão de Curso, do Curso de Serviço Social da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Serviço Social sob a orientação da professora Dra. Jussara Rezende Araújo.

MATINHOS
2010

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	01
2. A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SETOR EMPRESARIAL.....	03
3. A REALIDADE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO MUNICÍPIO DE MATINHOS.....	08
4. A ATUAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL NO ÂMBITO EMPRESARIAL.....	12
5. CONCLUSÃO.....	15
6. REFERÊNCIAS.....	17

RESUMO

O texto resulta de uma pesquisa sobre o tema responsabilidade social em empresas privadas tendo como problematização analisar as contradições presentes na atuação do assistente social neste contexto. Foi pesquisado e selecionado algumas ações e projetos de empresas de Matinhos, município localizado no Litoral Paranaense, analisamos a realidade no que se refere à responsabilidade social na empresa, com base nos relatos dos empresários e representantes das empresas locais em confronto com as teorias sobre o tema e com base no Código de Ética Profissional. Para ampliar a análise também pesquisamos juntos aos estudantes da Universidade Federal do Paraná - UFPR Setor Litoral suas representações e significados que emprestavam ao tema. Acredita-se que o debate acerca da atuação do assistente social no espaço empresarial, deve ser constante, visto que a responsabilidade social tem sido cada vez mais usada pelas empresas enquanto um instrumento para uso do marketing, ampliar o consumo, e, principalmente contribuir com a lógica capitalista, no sentido de benefícios sociais para o capital, atuando nas relações humanas no âmbito do trabalho a fim de viabilizar a redução de ausências no trabalho e para aumentar a produtividade mantendo a exploração do trabalhador.

PALAVRAS-CHAVE: Serviço Social. Responsabilidade Social. Representações.

INTRODUÇÃO

O presente texto é resultado de um estudo sobre o tema responsabilidade social em empresas privadas tendo como problematização analisar as contradições presentes na atuação do assistente social neste contexto. Selecionamos e pesquisamos algumas ações e projetos de empresas de Matinhos, município localizado no Litoral Paranaense, estudamos a realidade no que se refere à responsabilidade social na empresa, com base nos relatos dos empresários e representantes das empresas locais. Para ampliar nossa análise também pesquisamos juntos aos estudantes dos cursos do nosso *campus* suas representações e significações com relação ao tema.

Queremos apontar aqui também a ausência de apropriação técnico-operativa dessas empresas locais, com relação aos projetos e ações implantados em termos globais - destinados à responsabilidade social.

Tendo em vista que a questão da responsabilidade social na contemporaneidade é utilizada pelo setor empresarial como estratégia para adequar relações de trabalho, mediar e/ou eliminar possíveis tensões com a classe trabalhadora e com a sociedade, destacamos em nosso estudo a atuação do serviço social dentro da empresa. Esta questão passa pela discussão das contradições que experimenta o assistente social neste setor. Questões que poderão vir a contribuir para ampliar e fortalecer o debate na própria categoria.

Acreditamos que o debate acerca da atuação do assistente social no espaço empresarial, deve ser constante, visto que a responsabilidade social tem sido cada vez mais usada pelas empresas enquanto um instrumento para uso do marketing, ampliar o consumo, e, principalmente contribuir com a lógica capitalista, no sentido de benefícios sociais para o capital, atuando nas relações humanas no âmbito do trabalho a fim de viabilizar a redução de ausências no trabalho e para aumentar a produtividade mantendo a exploração do trabalhador.

Selecionamos como instrumento metodológico de coleta de dados o uso de entrevistas qualitativas semi-estruturadas, e a nossa abordagem foi viabilizada a partir da colaboração dos empresários e gerentes de empresas de Matinhos. Nossa coleta contou então com entrevistas abertas individuais com os empresários e entrevistas abertas com grupos de estudantes, assim como na observação do objeto, escuta,

sondagens, registro e oficinas interativas realizadas junto a estudantes de diversos cursos da UFPR Setor Litoral.

Com relação à escolha dos instrumentais que fizeram parte dos processos desta pesquisa, aprendemos com Lewgoy e Silveira (2007). De acordo com estes autores o uso do instrumento entrevista só é possível em estreita ligação com a consciência da finalidade da ação da pesquisa, tornando-se, assim, “um objeto social, o produto de uma prática social, de uma experiência social de trabalho”. Assim a pesquisa qualitativa, pode contribuir significativamente, trazendo reflexões a partir do desmistificar da realidade, proporcionando análises que superam um olhar meramente quantitativo.

No que se refere aos condicionantes que levaram a escolha dos sujeitos citados na pesquisa, cabe ressaltar que para efeitos de análise foram colocados em tela quatro das dez empresas pesquisadas em Matinhos, e para exposição dos relatos colocaremos em tela aqui cinco dos vinte estudantes, devido à maior participação desses e devido à maior abrangência de elementos nas informações prestadas acerca da responsabilidade social empresarial.

Neste contexto, este trabalho desdobrou a questão abordada em três momentos: inicialmente apresentando alguns dos conceitos acerca do objeto da pesquisa, perpassando pelo resgate histórico da questão da responsabilidade social no âmbito empresarial; na seqüência expomos a realidade do município de Matinhos no que concerne a questão, apresentando a estrutura existente, o quadro profissional, assim como, as complexidades presentes nos projetos e ações propostas pelas empresas do município; e apresenta num terceiro momento - questionando - a atuação do assistente social no espaço empresarial, frente à lógica do desenvolvimento capitalista.

O presente trabalho é consequência de um processo que começou como um projeto de aprendizagem onde realizamos reflexões acerca do papel social do estudante e do futuro profissional enquanto trabalhador em empresas privadas. Passou pela construção de um Projeto cujo título foi “Responsabilidade Social nas Empresas” - desenvolvido no espaço pedagógico Projeto de Aprendizagem, e está ancorado numa leitura crítica do Código de Ética Profissional do Assistente Social (1993).

2. A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SETOR EMPRESARIAL

No Brasil, os primeiros indícios de uma perspectiva de responsabilidade social no âmbito empresarial, surge em meados da década de 1960, a partir da criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), com a publicação da “Carta de Princípios para Dirigentes Cristãos”, em 1965.

Pode-se afirmar que o posicionamento dos empresários no que se refere à questão da preocupação com a participação da empresa nas demandas sociais, se deve em parte a uma postura diferenciada da sociedade civil, que passa a questionar o papel das grandes empresas na sociedade. “Essa mobilização que possibilita o surgimento de movimentos sociais que passam a exercer pressão sobre as empresas, discutindo [...] poluição, consumo, emprego, discriminação racial e gênero”. (FARIA, 2007, p. 14).

Foi então à partir da segunda metade dos anos 1970, que a questão da responsabilidade do empresariado frente as demandas sociais aparece com maior ênfase, sendo debatida no 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas. As discussões apontadas se referiam a necessidade de comprometimento das empresas com alguma “função social” que se sobressaísse, em vez de simplesmente produzir bens e serviços, alcançando aspectos sócio e ambientalmente responsáveis perante a sociedade. Esse debate foi preconizado por alguns Grupos Institucionais, Fundações e Empresas – conhecido pela sigla GIFE, surgido em 1989, mas somente institucionalizada e formalizada em 1995 (CORRÊA *et al*, 2004).

A responsabilidade social empresarial até então não era voltada a questões éticas de responsabilidade com a sociedade no âmbito do desenvolvimento sustentável, como se verifica atualmente, pois até o final do século XX a questão da responsabilidade das empresas perante a sociedade abordava um lado moralista e paternalista. Segundo Faria, “o conceito de responsabilidade social é recente na história da sociedade e passa a ser associado à obrigação de produzir bens e serviços úteis, gerar lucros, criar empregos e garantir a segurança no ambiente de trabalho” (FARIA, 2007,).

Podemos afirmar então que a responsabilidade social é uma adaptação que as empresas fizeram diante da necessidade de atitudes éticas e ambientalmente sustentáveis, isto é, socialmente responsáveis. Vejamos como esta postura se materializa no discurso:

A responsabilidade empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa - compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras respeitando a diversidade e a redução das desigualdades sociais. (RICO apud ETHOS, 2004, p. 73).

Assim, como vemos, as empresas como tentativa de resposta aos seus próprios preceitos e, até mesmo por decisão do setor de marketing, percebendo a exigência, por parte da sociedade, de uma imagem mais responsável, passam a priorizar estratégias que liguem a empresa a posicionamentos éticos e responsáveis, que visem o compromisso não só com a sociedade atual, mas principalmente com as gerações futuras. Os *stakeholders* começam a exigir mais compromisso das empresas com a questão social, que por sua vez percebem novas maneiras para obtenção dos lucros.

Conforme Ashley (2006):

Responsabilidades éticas correspondem a atividades, práticas, políticas e comportamentos esperados (no sentido positivo) ou proibidos (sentido negativo) por membros da sociedade por membros da sociedade, apesar de não codificados em lei. Elas envolvem uma série de normas, padrões ou expectativas de comportamento para atender àquilo que os diversos públicos (*stakeholders*) com as quais a empresa se relaciona consideram legítimo correto, justo ou de acordo com seus direitos morais ou expectativas. (ASHLEY, 2006, p. 05).

Então, se a imagem se tornou uma necessidade para o consumo às antigas formas de assistencialismo empresarial tornam-se superadas e as ações sociais - com uma postura comprometida - tornam-se uma nova estratégia de mercado. Ainda conforme constatamos com Rico (2004):

Trata-se de uma questão estratégica o investimento social, pois as empresas ao serem reconhecidas como socialmente responsáveis tendem a conseguir diferencial de competitividade e uma vez tendo a imagem valorizada, podem aumentar a motivação dos funcionários no trabalho e atrair um número de parceiros dispostos a colaborar com a causa social e conseqüentemente, a empresa consegue melhorar sua produtividade” (RICO, 2004, p. 75).

A organização do trabalho de uma empresa “atendendo, no mercado consumidor, a exigências mais individualizadas; o trabalho operariado realizado em equipe, com multivariabilidade de funções que tem como princípio o *just in time*, que visa maior aproveitamento possível de produção” (ANTUNES, 2000, p. 52). Tudo isto vem como consequência destas novas posturas.

Antunes (2000) ainda explica que neste contexto, visando maior lucratividade em menos tempo e com menor investimento em número de trabalhadores, surge o departamento de Recursos Humanos, pois os empresários passam a priorizar pela contratação de empregados multifuncionais, com competências em diversas áreas de atuação, e que alcancem um maior aproveitamento de produção, ou seja, um funcionário que dá conta de várias funções, mesmo que seu salário seja voltado a somente uma função dentro da empresa. Surge então como necessidade de organização empresarial a implantação de um gerenciamento diferenciado, uma equipe de profissionais, ou um profissional capaz de identificar trabalhadores mais “competentes”, com facilidades para adaptar-se a inovações, com interesse de crescimento junto à empresa e com “aptidão” para exercer mais que uma “função”.

Assim, a necessidade de um novo modelo de gerenciamento e a necessidade de resposta aos questionamentos da sociedade, conduziu a responsabilidade social a diferentes rumos no âmbito empresarial, pois aliar a questão a um compromisso ético empresarial passou a ser uma exigência posta devido ao contexto das reivindicações da sociedade diante dos direitos sociais e, em uma visão ampla, da crise ambiental do planeta. Porém neste artigo não temos como objetivo a questão histórica e sim com isto – ir à história para pegar o momento de mudança de estratégia ideológica – e como isto reflete na atualidade gerando algumas contradições profissionais, no caso do assistente social quando realmente vinculado com o seu Código de Ética, por exemplo.

Observa-se, que na contemporaneidade, a empresa assume um compromisso com a sociedade através da responsabilidade social a partir de ações que supostamente seriam voltadas a cidadania, mas tais ações colocam em questão sua real intenção, pois essas ações não contemplam na sua totalidade o fortalecimento da cidadania, tendo em vista que cidadania é “um conjunto de princípios e preservação de

valores de uma sociedade, o fortalecimento, tanto dos direitos civis e políticos, quanto os sociais no âmbito da esfera pública” (REIS apud SOUTELLO ALVES, 2007, p. 284).

Segundo Machado (2006) “a provisão de cidadania se desarticula da exclusiva responsabilidade do Estado e torna-se um predicado da empresa, pela afirmação da Responsabilidade Social como modalidade de prestação de serviços sociais”. Porém esta articulação se faz diante da emergência que o próprio neoliberalismo produz, ou seja, na sua contradição. Não exclui a idéia de exploração enraizada no sistema capitalista, e sendo assim, a responsabilidade social empresarial se desenvolve na sua essência de forma *negativa*, pois “não é construída socialmente com a participação política da sociedade civil e legítima de direito” (MACHADO, 2006, p. 119).

Observa-se que os departamentos e/ou setores responsáveis pela contratação, demissão, mediação entre empregado e empregador, prestação de serviços e entre outros, responsáveis pela implantação de benefícios e projetos é gerenciado pela área que corresponde aos Recursos Humanos da empresa, área que está relacionada também à responsabilidade social.

Nesta perspectiva, verifica-se que a responsabilidade social faz parte de um dos assuntos mais discutidos na sociedade contemporânea, sendo conceituada e analisada por perspectivas diferenciadas entre autores de referência na área. Para os que visualizam a questão como uma necessidade social e colocam a empresa como uma possível colaboradora da sociedade, a responsabilidade social nas empresas deve abranger ações e projetos que visem retornar à sociedade parte dos investimentos que esta destina a empresa através do consumo. Para tal deve participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está instalada e priorizar pela redução dos possíveis danos ambientais decorrentes do tipo de atividade que exerce.

Segundo Ashley, “a responsabilidade social empresarial deve ser expressa através de atitudes que afetem positiva e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e na prestação de contas para com ela” (ASHLEY, 2003, p.56). Há também autores que analisam a questão pelo ponto de vista ético e afirmam que não há limite de responsabilidade para os danos sociais que uma empresa pode causar, pois em sua maioria a responsabilidade social empresarial é compreendida de

formas diferenciadas e pode estar relacionada ao caráter moral e aos princípios do dirigente da empresa.

Outra questão a ser observada no contexto das estratégias empresariais, se refere ao caráter preventivo, por exemplo, quando a atividade exercida pela empresa deteriora o meio ambiente e esta estabelece projetos e técnicas para redução dos prejuízos no processo de extração, como método preventivo e repassa a sociedade esta ação como forma de se responsabilizar socialmente. Outra estratégia utilizada é a da reparação, quando, por exemplo, a empresa restaura o meio ambiente depois de quase destruí-lo, em um vazamento de efluentes (CHERQUES, 2003).

Segundo IAMAMOTO (2007), é preciso estar atento as estratégias de desenvolvimento do capital, pois em suma as ações tidas como responsabilidade social, não passam de medidas que nada visam além de elevar a produtividade dentro de um clima de aparente ordem e “paz social”. Vejamos mais detalhes da situação conforme a autora:

“A consequência da implantação das novas estratégias de desenvolvimento, altamente concentradoras de renda e de capital, é a queda do padrão de vida dos assalariados, que se expressa, entre outros fatores, no agravamento da desnutrição, de doenças infecciosas, no aumento das taxas de mortalidade infantil, dos acidentes de trabalho. Em síntese, verifica-se a ampliação da miséria absoluta e relativa de grande parcela da população trabalhadora, consubstanciando um processo crescente de dilapidação da força de trabalho coletiva” (IAMAMOTO, 1992, p. 82).

Verifica-se então que – como são contradições estruturais estas ações ficam veladas - e o que aparece são as ações tidas como socialmente responsáveis, a incorporação dos conceitos de responsabilidade social à missão da empresa um dos argumentos mais utilizados e adicionamos ainda a divulgação desses conceitos entre os funcionários e prestadores de serviço, a missão é apresentada a sociedade como a “bandeira da empresa”. A “missão” é o carro chefe da equipe de marketing dessas empresas, pois nessa perspectiva são construídos projetos visando contribuir para o desenvolvimento econômico da empresa e estabelecem suas plataformas de repercussão, com base no discurso da qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Roddick (2002) explicita em livro sua luta para a mudança do conceito onde o lucro é o único juízo de uma empresa. A autora acredita que além do lucro a empresa deve ser humanizada, pensando nas ações em longo prazo. Seu olhar está voltado ao bem público, e que suas decisões estejam respaldadas na idéia de sustentabilidade tanto ambiental, quanto social.

Cabe apontar que novas modalidades de gestão e estratégias empresariais, visando o controle da qualidade do produto, da prestação de serviços e da força de trabalho, são criadas e utilizadas em novas políticas de administração, onde se inserem uso de expressões como reengenharia organizacional, qualidade total, gerenciamento estratégico, gestão participativa e qualidade de vida. Assim, pensamos que é preciso estar atento e avaliarmos constantemente a questão da responsabilidade social, pois o papel da iniciativa privada é gerar lucro, o papel do governo é garantir condições que promovam o desenvolvimento humano em todas as suas dimensões. Mas, atualmente o que se percebe é uma troca de papéis tão complexa que não é de fácil leitura, pois os governos em geral, não atendem às demandas econômicas, sociais, políticas e ambientais, e passam a dividir essa responsabilidade com o setor empresarial, com base na tese de que essa questão é de responsabilidade de todos.

3. A ATUAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL NO ÂMBITO EMPRESARIAL

Segundo Mota (1998), ao Serviço Social dentro da empresa cabe a preservação da qualidade da força de trabalho dos empregados, a qual pode ser afetada pelas carências materiais e comportamentos divergentes que interfiram no processo organizativo da produção.

Portanto entende-se que o serviço social é chamado então para intervir nesta problemática usando de suas competências e habilidades na criação de mecanismos que visem à melhoria da qualidade de vida percebendo a vida social numa lógica dialética, isto é, numa perspectiva em constante contradição e, desta forma, uma realidade que pode ser transformada.

Segundo Kameyama (2000) os desafios postos ao assistente social na atual conjuntura, são aqueles criados pelas transformações no que diz respeito ao ambiente de trabalho, provocando reflexões sobre tais alternativas que perpassam a compreensão das demandas sociais.

Atender as mais diversas demandas da questão social diante de inúmeras problemáticas da sociedade é papel fundamental do serviço social. O profissional do serviço social tanto do setor público quanto do privado deve intervir de forma ética usando de metodologias que entenda o ser social através do trabalho.

Observa-se que as empresas aumentam as ofertas de trabalho para profissionais que possuem habilidades e competências para atuação na mediação das relações humanas, pois a partir das transformações societárias que estamos vivenciando, a ampliação de oportunidades de trabalho aos profissionais que tem sua atuação ligada à área de Recursos Humanos é uma realidade. Trabalhar com pessoas, formar vínculos, parcerias e mediações, exercendo funções voltadas à implantação de programas de qualidade é uma exigência do capital, tendo em vista que as empresas têm cada vez mais em seu quadro profissional, equipes multidisciplinares, compostas por diversas áreas de conhecimento e habilidades diversas que podem entrar em divergência em vários momentos.

Assim, as ações profissionais do Serviço Social, no âmbito empresarial que sempre estiveram direcionadas à execução de políticas das organizações, atualmente tendem a voltar-se para a área de planejamento de políticas, principalmente, no que se refere ao enfrentamento do desafio da qualidade e na mediação da relação patrão empregado. O valor de salário ofertados nesses espaços é significamente superior aos valores de salário pagos pelo Estado e por outras, com isso o assistente social adentra esses espaços sem saber ao certo como lidar com esta contradição. Sem saber exatamente ler esta realidade como dialética e que portanto, pode voltar-se para uma ação transformadora em benefício do trabalhador.

O assistente social é um trabalhador inserido na divisão sócio-técnica do trabalho e como toda a classe trabalhadora, vende sua força de trabalho e contribui em parte com os interesses das necessidades do capital, contribuindo com a exploração posta atualmente pelo neoliberalismo que visa o aumento do lucro e da produtividade das

organizações, ao mesmo tempo em que luta pelos direitos dos trabalhadores, o assistente social vive a contradição de trabalhar para o capital. No entanto acredita-se que ainda assim existem brechas para desenvolver um trabalho ético em qualquer dos espaços que atue mesmo no espaço empresarial, pois, tem como responsabilidade profissional viabilizar ao máximo os direitos da classe trabalhadora.

Por outro lado, é preciso desmistificar a realidade posta pelos discursos de marketing neoliberais, pois o espaço privado gera conflitos complexos, e a inserção do Serviço Social no âmbito privado pode levá-lo ao deslocamento de suas funções, colocando o profissional trabalhador frente a uma exigência de atuação em nível gerencial, passando a ser usado pelo capital enquanto o profissional que colabora para a adequação do trabalhador as normas da produtividade, o colocando a margem de seus direitos, inserindo-se como mais um dos motores deste sistema de exploração.

Consideramos que a autonomia do assistente social é sempre relativa em seus espaços de trabalho, seja no âmbito público ou privado, sendo sua maior contradição, pois tendo em vista que o assistente social tem como prioridade tornar as contradições invisíveis sociais, em significados visíveis, muitas vezes só lhe resta as estratégias que pode criar no cotidiano a fim de estabelecer a garantia de direitos.

A profissão tem em sua luta enfrentamentos de grande peso que podem levar o profissional a cair em uma atuação que apenas reproduz a injustiça social e que o distância de um projeto de construção para uma sociedade livre de opressões e desigualdades. Assim, cabe a este profissional um monitoramento constante, para que possa atuar dentro do projeto ético-político que preconiza a emancipação humana e a igualdade de direitos e a “ordem social”, aqui compreendida a partir do conjunto de princípios, diretrizes e artigos preconizados em um dos capítulos da Constituição Federal de 1988 conforme aprendemos com IAMAMOTO:

Fortalecer a cidadania de classe e com o aprofundamento da democratização ampla da vida social que pode nos conduzir a novas luzes na efetivação de um exercício profissional de nova qualidade, que contribua para o processo de construção de um novo bloco histórico na sociedade, com a hegemonia daqueles que criam a riqueza e dela não se apropriam (IAMAMOTO, 1992, p. 130).

Muitos enfrentamentos são postos na prática do trabalhador assistente social e não há fórmulas para uma atuação que compreenda a dialética da dimensão política da prática profissional do assistente social. Mas devemos pensar em termos críticos para enfrentar as práticas alienadas, conformistas, deterministas, autoritaristas, moralistas e voluntaristas, e acreditamos que o desafio maior está em criar instrumentos que permitam o exercício deste pensamento crítico.

4. A REALIDADE DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO MUNICÍPIO DE MATINHOS

No decorrer de aproximadamente dois anos, através do Projeto de Aprendizagem “Responsabilidade Social nas Empresas” - que citamos na introdução do presente texto - que teve como objetivo pesquisar o tema no Município de Matinhos foi possível identificar o distanciamento das empresas locais com a temática, o que demonstrou primeiramente uma maior precarização das condições de trabalho e dos direitos trabalhistas nesses espaços, e no espaço municipal.

Através de sondagens e da aplicação de questionários nas empresas locais e abordagens do tema no âmbito da comunidade universitária, foi possível realizar um levantamento da realidade da região no que concerne a responsabilidade social que as empresas litorâneas vêm aderindo.

Para a análise e levantamento de dados da cidade com relação à questão pesquisada, foi realizada numa terceira fase uma enquete com algumas empresas litorâneas. As empresas pesquisadas foram às seguintes: O Boticário; Rede de Alimentos Super Rede, a rede de lojas de calçados Pague Menos e a rede de Lojas Alô Alô Litoral que comercializa utensílios domésticos em geral, entre as que selecionamos para fins de análise. As informações foram coletadas dos gerentes e/ou proprietários. Como a maioria das empresas pesquisadas optou por não participar da pesquisa e não responderam a nossa enquete, somente a perspectiva das empresas citadas será considerada para a apresentação dos dados.

Logo nas primeiras abordagens foi possível identificar uma idéia anacrônica sobre o conceito de responsabilidade social empresarial, pois verificamos que o conceito de responsabilidade social está ainda colado a antiga idéia de ações assistencialistas; e estas respostas foram significativas, no sentido de serem verificadas em sua ampla maioria. Em algumas situações os entrevistados se apresentavam receosos em responder os questionários por não saberem do que se tratava o assunto. Se por um lado, alguns empresários e gerentes afirmavam não ter conhecimento acerca do que se tratava a questão, por outro lado, os que relatavam saber o que seria a responsabilidade social empresarial, apresentavam a visão historicamente ultrapassada - voltada ao assistencialismo, portanto, e/ou a troca de favores. Segundo os dados levantados as empresas locais pesquisadas não dispõem de uma bandeira sobre responsabilidade social empresarial, seja baseada na ética empresarial de compromisso com a comunidade, seja na responsabilidade social empresarial pelo viés moralista.

Na sistematização dos dados levantados, vimos que os projetos de responsabilidade social empresarial das empresas que têm suas filiais somente no Litoral, correspondem a ações voltadas ao assistencialismo, e as empresas com matrizes em outras cidades, como para exemplo, a rede O Boticário, apresenta em seu leque de projetos, ações e programas de curta e longa permanência, destinados somente as grandes capitais do país e nenhuma ação voltada à cidade do litoral paranaense.

Dentre os dados coletados, cabe destacar o posicionamento das empresas frente a sua própria realidade, pois um dos fatores mais apontados pelas empresas de grande porte instaladas no município se refere à justificativa por não estar sendo implantado nenhum projeto em Matinhos, devido à falta de reivindicação da própria comunidade. Os empresários que só atuam no Litoral afirmam não ter informações para compreender a questão, assim não se vêem aptos a elaborar projetos para a população.

Na enquete e nos relatos, o tema responsabilidade social não foi abordado em nenhum outro momento na cidade de Matinhos, nem pela população, nem pelos dirigentes do município.

Acrescentamos ainda que nenhuma das empresas abordadas em nossa pesquisa conta com um profissional de Serviço Social, e nas empresas que contam com no mínimo um Assistente social em sua matriz, afirmaram que a atuação do mesmo, não acontece em Matinhos.

Como citamos na introdução do presente texto fez parte da nossa análise ainda, as representações e significados dos estudantes de diversos cursos acerca da temática da responsabilidade social empresarial. A coleta de dados foi realizada em atividades que desenvolvemos no espaço curricular das Interações Culturais e Humanísticas - ICH realizado nas quartas-feiras conforme o nosso Projeto Político Pedagógico - através da realização de uma oficina semestral. As Interações Culturais Humanísticas é um espaço curricular baseado na logística de turmas mistas em um espaço que entrelaça o conhecimento dos discentes e docentes, independente de curso, com foco na interdisciplinaridade.

Cabe apontar que este espaço é aberto também para a participação da comunidade o que possibilita a permuta de conhecimento em vários aspectos, pois pode instigar alunos de outros cursos, com percepções diversas, e propiciar reflexões e debates acerca do tema. Estas oficinas aconteciam uma vez por semana e seu tempo de duração foi de um bimestre.

As oficinas direcionaram as questões conceituais e históricas acerca da responsabilidade social das empresas, os indicadores de responsabilidade social empresarial, as ferramentas de gestão e balanço social, e, por fim, a responsabilidade social das empresas no litoral do Paraná. Os estudantes contribuíram durante os encontros com textos e relatos, além dos debates realizados. Percebemos também o interesse de alguns sobre o tema para desenvolverem projetos no litoral.

Dentre os vinte alunos que participaram da oficina, consideramos o relato de cinco alunos. Conforme o aluno 1: “a responsabilidade social é algo que o Estado deveria dar respaldo e não problema da empresa, para isso que pagamos impostos e são contratados os funcionários públicos”. Como vemos, este aluno tem uma crítica pouco baseada no resgate histórico como, por exemplo, saber que a responsabilidade social empresarial está dentro de uma estratégia neoliberal, porém uma crítica relevante sobre a questão dos compromissos do Estado perante a sociedade.

Para o aluno 2, “as empresas devem sim ser responsável com a sociedade uma vez que o lucro não deve ser a única coisa que impulsiona a empresa, lucrar é sim bom, mas a sociedade não sobreviverá diante de tanta irresponsabilidade humana com o futuro”. Podemos ver que o estudante 2 enfatizou uma preocupação com um sistema socioeconômico sustentável.

O aluno 3 disse que “eu vim aqui neste ICH para saber o que é essa tal de responsabilidade social que vejo na televisão falando nos comerciais às vezes”. Pensamos que esta fala mostrou que a oficina despertou o interesse dos alunos que não sabem as contradições que o tema aborda, assim como várias pessoas da comunidade, dentre eles, empresários e outros agentes da comunidade que participaram do ICH.

A oficina proporcionou um espaço de troca de conhecimento, argumentos de críticas e contradição, assim como viabilizou a discussão de novos projetos na temática.

Ainda outros alunos destacaram em suas falas: “eu penso em fazer meu projeto de aprendizagem sobre responsabilidade social das empresas” mostrando o interesse em estudar o tema; (aluno 4). Outros, porém, afirmaram: “eu não sei e nunca ouvi falar na verdade”; (aluno 5).

Dentre as informações gerais mencionadas pelos estudantes, o posicionamento que mais se repetiu, foi referente à visão de que de nada adianta ter uma empresa gigantesca em uma sociedade miserável, e sem perspectivas de recuperação. Foi questionado constantemente o verdadeiro papel de uma empresa e a fala de que acreditam que estas têm sim certa responsabilidade para com a sociedade, já que delas se extrai recursos naturais e a força de trabalho. Acreditam que o empresariado tem papel fundamental para a geração do emprego, mas que deve ter ciência sobre seu papel na sociedade e que deveriam priorizar contribuições podendo com isto levar para a sociedade, juntamente com a população, as principais demandas descobertas pelas políticas de Estado, independentemente do tamanho do negócio, ou da sua origem.

As experiências vivenciadas durante as oficinas e durante a enquete contribuíram para a ampliação do debate acerca do tema proposto, levando-o para além dos muros da universidade, e pensamos que isto foi de maior significância, tendo

em vista que o município apresenta situações anacrônicas acerca da questão e não tem proximidade com projetos da área.

5. CONCLUSÃO

Concluimos - diante da pesquisa em Matinhos juntamente aos empresários e seus representantes - que na cidade não existem ações voltadas à responsabilidade social empresarial. Este trabalho buscou abarcar a crítica a esta situação a partir de conceitos sobre a responsabilidade social empresarial antes de seu surgimento no processo histórico de desenvolvimento do mercado, então em um primeiro momento paternalista, até chegar às conceitos de atitudes éticas, mais atuais.

O discurso pautado no tema de uma ética empresarial forneceu subsídios para as ações de transparência com os *stakeholders* colocando ao mercado a necessidade de um desenvolvimento ambiental e socialmente responsável. Neste momento a ética traz respaldo na preservação dos recursos naturais, respeito à diversidade, redução das desigualdades sociais, entre outros, no que tange aos direitos sociais.

Porém na verificação do real percebemos que a ética empresarial é usada como estratégia de *marketing*, no qual as empresas adquirem *status* de socialmente ética, mas contribuindo mesmo, para o aumento da concentração de capital, o que de nada vale para a luta contra a desigualdade social.

Vimos também que a construção do conceito responsabilidade social na empresa, passa por um ponto de contradição intrigante no que se refere ao conceito de “cidadania”. Neste ponto ressalta uma “cidadania” desarticulada do compromisso do Estado; privatiza-se a responsabilidade social, um retorno *a priori*, de estratégia de mercado.

A responsabilidade social empresarial não consegue ter na sua base a efetivação dos direitos civis, sociais e políticos, que por sua vez, não se dá somente pelas ações pontuais da sociedade civil, por não ser de sua responsabilidade exclusiva a construção da cidadania.

Outro momento do trabalho foi à questão diante desta realidade de responsabilidade social dentro da empresa e a atuação do profissional do Serviço

Social. Na trajetória acadêmica do profissional do Serviço Social, a formação técnica enfatiza o processo que o capitalismo percorre até chegar à conjuntura atual do neoliberalismo. Com isso, este profissional chamado para atuar nos mais diferentes campos no âmbito da questão social, o que nos cabe destacar, dentro de uma empresa, detém de uma formação técnica-metodológica voltada à compreensão do sistema capitalista e seus atenuantes.

Entretanto quando contratado para atuar em uma empresa o salário do assistente social é significativamente superior aos salários do Estado. É o seu profissional cujo objetivo na empresa para atuar tanto com os interesses voltados a empresa – de lucro\produtividade, quanto aos interesses dos trabalhadores na luta por seus direitos. O profissional vende sua força de trabalho à empresa e desta forma fica em situação de contradição com relação aos interesses da empresa. O que o leva a desenvolver projetos de responsabilidade social empresarial com ações voltadas a diminuir as tensões sociais expressas nos diferentes campos da questão social.

Percebemos que diante da importância do assistente social na empresa Matinhos durante a pesquisa que não foi identificado nenhum profissional da área empresarial. Dificultando a sistematização por parte da empresa no que refere à responsabilidade social empresarial, sendo o assistente social profissional que discute também sobre o assunto no espaço da empresa.

A ausência do Serviço Social no âmbito da empresa só aumenta a precariedade das situações que expressam a questão social. Esta ausência dificulta as ações sociais que permeiam o trabalho.

6. REFERÊNCIAS

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade no mundo do trabalho. São Paulo. Cortez, 2000.

ASHLEY. Patricia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2006.

CORREA, Lindanalva da V. P, et al. **Responsabilidade social: voluntariado na Alumar – gestão da participação cidadã**. Monografia de conclusão de curso (graduação em administração, habilitação em análise de sistemas). São Luís: FAMA, 2004.

CHERQUES, Hermano Roberto Thiry. **Responsabilidade moral e identidade empresarial**. **Revista** de Administração Contemporânea – RAC , vol. 7, edição especial, Rio de Janeiro, 2003.

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2003.

FARIA, Alexandre. **A responsabilidade social é uma questão de estratégia?** Uma abordagem crítica. Alexandre Faria, Fernanda Filgueiras Sauerbronn. **Revista de Administração Pública – RAP**. Rio de Janeiro, 2007.

IAMAMOTO, Marilda Villela. **Renovação e Conservadorismo no Serviço Social**. São Paulo: Cortez, 1992.

KAMEYAMA, Nobuco. **Notas introdutórias para a discussão sobre reestruturação produtiva e Serviço Social**. In: MOTA, Ana Elizabete (org.). *A nova fábrica de consensos*. São Paulo: Cortez, 2000.

LEWGOY, A. M. B.; SILVEIRA, E. C. A entrevista nos processos de trabalho do assistente social. In: **Revista Virtual Textos & Contextos**, 2007.

MOTA, Ana Elizabete da. **O feitiço da ajuda**: as determinações do serviço social na empresa. São Paulo: Cortez, 1998.

MACHADO, Mariana Pfeifer. **Responsabilidade Social das Empresas**: Instrumento de consolidação hegemônica do projeto neoliberal? Rio de Janeiro, 2006.

RODDICK, Anita. **Meu jeito de fazer negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

REIS, Carlos Nelson. **A Responsabilidade social das empresas**: O contexto Brasileiro em fase da ação consciente ou do modernismo do mercado? R. Econ. contemp., Rio de Janeiro, 2007.

RICO, Elizabeth de Melo. **A Responsabilidade Social Empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, 2004.

SOUTELLO ALVES, L. E. **Governança e cidadania empresarial**. Revista de Administração de Empresas – Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 2001.