

## ÉTICA EMPRESARIAL & CAPITAL SOCIAL: APROXIMAÇÕES CONCEITUAIS

## BUSINESS ETHICS & SOCIAL CAPITAL: CONCEPTUAL APPROACHES

## ETICA EMPRESARIAL Y CAPITAL SOCIAL: APROXIMACIONES CONCEPTUALES

Sérgio Boeira♦

### Resumo

Este ensaio tem como objetivo evidenciar vínculos entre a literatura que trata de ética empresarial e a que trata de capital social, partindo de um enfoque de moral e ética de Sánchez Vázquez, a fim de contribuir com a percepção de processos político-institucionais, empresariais e sociocomunitários voltados para a ampliação da cidadania. Além disso, pretende-se apontar os limites de tais vínculos, concluindo-se que o capital social, gerado nos processos de constituição de uma moral empresarial de parceria e de responsabilidade social, tende a ter uma baixa intensidade em relação a determinados *stakeholders*, enquanto acentua e/ou mantém uma alta intensidade em relação a outros. Tal divisão tende a ser mais acentuada em países e regiões cuja história tenha forjado instituições e culturas cívicas nas quais a liberdade e a responsabilidade moral mantêm laços mais distensos ou fracos entre si. Porém, em contrapartida, a constituição de normas de responsabilidade social nas empresas, como a SA 8000, sob a fiscalização de governos e cidadãos, tem impulsionado a geração de capital social em âmbitos crescentemente ampliados, reforçando tais laços.

**Palavras-chave:** ética empresarial; capital social; moral; responsabilidade social

### Abstract

The objective of this essay is to demonstrate bonds between the literature which deals with business ethics and the one that deals with social capital, beginning with Sánchez Vázquez's focus on moral and ethics, in order to contribute with the perception of political, institutional, corporate and community processes, turned to the broadening of the sense of citizenship. In addition, it intends to point out the borderline of such bonds, concluding that the social capital, generated in the processes of constitution of a corporate moral of partnership and social responsibility, tends to have a low intensity in relation to certain stakeholders, while it accentuates and/or maintains a high intensity in relation to others. Such division tends to be more accentuated in countries and regions whose history has forged civic institutions and cultures in which freedom and moral responsibility maintain weak bonds. Nevertheless, in counterpart, the constitution of norms of social responsibility in the companies, such as SA 8000, under the control of governments and citizens, has been impelling the generation of social capital in increasingly extended scopes, reinforcing, thus, those bonds.

---

♦ Doutor em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Professor na UNIVALI (PMA-PMGPP).

**Keywords:** business ethics; social capital; moral; social responsibility

**Resumen**

Este ensayo tiene por objetivo evidenciar los vínculos entre la literatura que trata de la ética empresarial y la que trata del capital social, a partir del enfoque de moral y ética de Sánchez Vásquez, para contribuir con la percepción de los procesos político-institucionales, empresariales y sociocomunitarios que se dirigen hacia la ampliación de la ciudadanía. Además, se pretende apuntar los límites de tales vínculos de donde se concluye que el capital social generados en los procesos de una moral empresarial de parcería y de responsabilidad social tiende a tener una baja intensidad si relacionada a determinados *stakeholders* en cuanto acentúa e/o mantiene una alta intensidad si relacionada otros. Tal división tiende a ser mas profunda en países y regiones cuya historia haya constituido instituciones y culturas cívicas en las cuales la libertad y la responsabilidad mantienen lazos más flojos entre ellos. Pero, en contrapartida, la formulación de normas de responsabilidad social en las empresas, como la SA 8000, con la fiscalización de gobiernos y ciudadanos ha impulsado la generación de capital social en ámbitos crecientemente ampliados, estrechando tales lazos.

**Palabras clave:** ética empresarial, capital social, moral, responsabilidad social

## **Introdução**

A literatura que trata de ética empresarial e de responsabilidade social, assim como a que trata de capital social, está em ascensão nas últimas décadas, mas tais conceitos têm sido tratados em diferentes espaços e com interesses distintos. Aparentemente, a literatura que trata de ética empresarial ainda está distante da preocupação com a geração de capital social enquanto bem público, optando pela ênfase nas relações entre empresas privadas e seus *stakeholders* (entre os quais os governos têm um papel discreto, assim como as ONGs e movimentos sociais mais críticos), enquanto a literatura que trata de capital social mantém-se ainda distante da preocupação com as normas de responsabilidade social nas empresas, optando por abordar a relação Estado-sociedade civil.

O propósito deste artigo é contribuir, ainda que de forma apenas introdutória e provocativa, com aproximações conceituais entre tais estudos, visando ampliar a noção de cidadania tanto em relação aos Estados quanto em relação às empresas particulares. Para isso, parte-se de uma conceituação ampla sobre moral e ética, destacando-se o enfoque de Sánchez Vázquez (2002), que defende a ética como uma ciência e a moral como seu objeto de investigação. Tais conceitos são tratados no primeiro tópico. No segundo, apresentam-se aspectos históricos da temática empresarial sobre ética e responsabilidade, visando-se contextualizar as mudanças e mostrar a difusão de iniciativas, tanto privadas quanto públicas. No terceiro tópico, o conceito de capital social é introduzido e examinado, ainda que brevemente. No quarto tópico, volta-se ao tema da ética empresarial, mas com a intenção de abordar aspectos conceituais, especialmente os relativos à responsabilidade social e suas implicações para a cidadania. Por fim, procura-se sumariar as aproximações conceituais e apontar algumas conclusões e questões para reflexão e pesquisa.

### **1. Moral e Ética sob o Enfoque de Sánchez Vázquez**

Os conceitos de moral e de ética têm raízes semelhantes, mas ao longo da história ganharam sentidos distintos. Numa das obras mais lúcidas a respeito, Sánchez Vázquez (2002, p. 24) recorda que moral vem do latim *mos* ou *mores*, que significa “costume” ou

“costumes”, no sentido de conjunto de normas adquiridas por hábito. A moral se refere então ao comportamento adquirido ou modo de ser conquistado pelo ser humano, enquanto ética vem do grego *ethos*, que significa analogamente “modo de ser” ou “caráter”, enquanto forma de vida também adquirida ou conquistada pelo humano. Portanto, originalmente, *ethos* e *mos*, “caráter” e “costume” são compreendidos como modo de comportamento que não é produzido naturalmente. É este aspecto “não natural” que, na Antigüidade, conferia ao ser humano a sua dimensão moral, uma espécie de segunda natureza. Mas contemporaneamente há notáveis diferenças entre os dois conceitos.

O autor sintetiza algumas de suas conclusões sobre a “essência da moral”, descritas a seguir. A moral é uma forma de comportamento humano que inclui um aspecto normativo e um aspecto factual. Trata-se do objeto da *ciência ética* (certamente aqui há uma concepção inovadora de ciência, já que tradicionalmente a ética se restringe ao domínio da filosofia).

Embora a moral possua um caráter social, argumenta ele que o indivíduo nela desempenha um papel essencial: o de interiorizar as normas e deveres aprovados pela comunidade na qual se insere, de forma livre, consciente e íntima, sem coação. O ato moral (aspecto factual) é unidade indissolúvel dos aspectos ou elementos que o integram: o motivo, a intenção, a decisão, os meios e os resultados, e por isso seu significado não se pode encontrar num só deles com exclusão dos demais.

Sánchez Vázquez (2002, p. 83) enfatiza que o “ato moral concreto faz parte de um contexto normativo (código moral) que vigora numa determinada comunidade, o qual lhe confere sentido”. O ato moral é voluntário (não uma mera expressão do desejo, mas da vontade consciente), supõe uma participação livre do sujeito em sua realização, que, embora incompatível com a imposição forçada das normas, não o é com a necessidade histórico-social que o condiciona. O autor enfatiza a importância da história nas mudanças da moral e argumenta que existe evolução moral quando se processam mudanças históricas que permitem aos seres humanos pensar e agir, simultaneamente, com mais responsabilidade e com mais liberdade. Por fim, propõe a seguinte definição:

A moral é um sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam

acatadas livre e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal (SÁNCHEZ VÁZQUEZ, 2002, p. 84).

Para este autor, a ética é a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. O caráter científico da disciplina ética é destacado. A ciência ética “parte de certo tipo de fatos visando descobrir-lhes os princípios gerais” (SÁNCHEZ VÁZQUEZ, 2002, p. 23). Embora parta de dados empíricos, isto é, de um comportamento moral efetivo, não pode permanecer no nível de uma simples descrição. O autor é categórico ao afirmar que, enquanto conhecimento científico, a ética “deve aspirar à racionalidade e objetividade mais completas e, ao mesmo tempo, deve proporcionar conhecimentos sistemáticos, metódicos e, no limite do possível, comprováveis” (Idem, 2002, p. 23). Reconhece que tal abordagem ainda está muito longe de ser satisfatória e que “das dificuldades para alcançá-la ainda continuam se beneficiando as éticas especulativas tradicionais e as atuais de inspiração positivista” (Idem, 2002, p. 23).

Mas cabe questionar: de quais recursos dispõe a ciência ética para extrapolar, assim, a dimensão da filosofia? Segundo o autor, tais recursos são outras ciências, *além da própria filosofia, portanto sem exclusão desta*: a história, a antropologia, a sociologia, a psicologia, o direito. Estas ciências permitem conhecer o comportamento humano, seus códigos, seus princípios, seus motivos, seus obstáculos, seus valores, aspirações e realizações, e nesse sentido a ciência ética se nutre de conhecimentos especializados e diversos, estando aberta, portanto, à interdisciplinaridade. Embora o autor não o diga explicitamente, sua concepção de ética como ciência é claramente interdisciplinar. A moral é concebida por ele como ideologia, mas uma ideologia *valiosa*, que permite a convivência humana. Enquanto a moral não pode ser científica, manifestando-se inclusive muitas vezes contra as evidências da ciência, a ética é *moralmente neutra* e toma a moral, ou as morais, como objeto de estudo. Não é tarefa da ética, portanto, fixar normas morais, mas conhecê-las, elucidá-las. A ética pode servir para fundamentar uma moral, sem ser em si mesma normativa.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Para um questionamento mais consistente sobre ética, numa abordagem transdisciplinar, ver obra de Edgar Morin (2005).

## **2. Ética Empresarial e Moral da Responsabilidade Social: Aspectos Histórico-Globais**

Práticas e discursos vêm sendo desenvolvidos há décadas em torno da temática da ética e da responsabilidade social no meio empresarial. O estudo da ética empresarial evoluiu, nos Estados Unidos (mas com repercussão internacional), em cinco fases distintas: antes da década de 1960 e durante as décadas de 60, 70, 80 e 90 (FERREL, FRAEDRICH e FERREL, 2001).

Nos anos que antecederam 1960, a temática era discutida principalmente do ponto de vista religioso. O presidente Truman definiu assuntos como direitos civis e responsabilidade ambiental como sendo questões éticas que as empresas deveriam resolver. Algumas faculdades e universidades católicas, assim como os protestantes em seus seminários e escolas de teologia, passaram a abordar a moralidade e a ética nos negócios. A moral do trabalho, de base protestante e calvinista, estimulava o indivíduo a ser frugal, trabalhar arduamente e alcançar o sucesso no sistema capitalista. Robert Srouer observa que esta moral legitimou uma minoria de ricos, fazendo da riqueza um indício de salvação e estigmatizando a pobreza como sinal de danação, enquanto que, no extremo oposto, a moral católica associou o estado de graça à pobreza e colocou os valores humanos acima dos valores econômicos (SROUR, 2000, p. 128).

Nos anos 60 pode ser identificado o surgimento de várias questões sociais no meio empresarial e a emergência de uma consciência quanto à decadência dos centros das grandes cidades e à gravidade dos problemas ambientais. Nesse período também emerge a noção de defesa de direitos dos consumidores, com grupos organizados especialmente a partir de 1962 – ano em que John Kennedy define quatro direitos básicos do consumidor: à segurança, o de ser informado, o de escolher e o de ser ouvido (*Consumer's Bill of Rights*). Na Alemanha, também nessa década, o tema da ética empresarial ganhou relevância à medida que os trabalhadores reivindicavam participação nos conselhos de administração das organizações (ARRUDA, M. C., WHITAKER, M. e RAMOS, 2003).

A ética empresarial desenvolve-se como campo de estudos independente na década de 1970, constituindo-se inclusive como disciplina reconhecida. Professores universitários e administradores passam a estudar questões éticas e empenhar-se na busca da compreensão de como as tomadas de decisão ocorrem entre indivíduos e

organizações. Isto ocorre com base na aplicação da filosofia e da teoria ética às demandas empresariais que crescem sob a fiscalização de cidadãos. Seminários interdisciplinares reúnem professores de administração, teólogos, filósofos e empresários. Em fins da década de 1970, temas como conluios na formação de preços, segurança de produtos e meio ambiente fortalecem a expressão *ética empresarial*.

Na década de 1980, centros de ética empresarial divulgam publicações e promovem cursos, conferências e seminários sobre o assunto. Muitas empresas criam comissões de ética e de política social. Surge, também nos EUA, a Iniciativa de Ética Empresarial e Conduta Ética da Indústria de Defesa. Os princípios defendidos por esta organização produzem forte impacto sobre a ética empresarial norte-americana (FERREL *et al*, 2001). Com menos regulamentação governamental e mais operações internacionais, surgem novas questões derivadas de sistemas de valores éticos e morais diferenciados. Enquanto as empresas gozam de maior liberdade para tomar decisões, o governo dos EUA elabora novas diretrizes federais (de cumprimento obrigatório) para controlar firmas cujo comportamento considera condenável.

Nos anos 90, o governo estadunidense continua a promover a auto-regulamentação. As Diretrizes Federais para Observância das Organizações (*Federal Sentencing Guidelines for Organizations*) estabelecem o tom dos programas de ética nas empresas, incentivando-as a tomar providências no sentido de coibir a má conduta empresarial. Surge assim uma noção de empresa responsável ou cidadã, com “programa ético” instituído internamente, a partir da indução governamental. Cláusulas nas diretrizes atenuam penalidades a “empresas responsáveis”. Desde então, percebe-se uma preocupação no meio empresarial de manter culturas éticas próprias, menos limitadas por questões legais. O governo Clinton apoiou a auto-regulamentação e o livre comércio, mas também tomou providências sem precedentes para tratar de questões relacionadas com a saúde, especialmente no caso de consumo de cigarros por adolescentes, com restrições à publicidade da indústria de tabaco. Neste ramo de negócios foram confiscados pela Justiça norte-americana documentos sigilosos das empresas, apontando fraudes e estratégias complexas de manipulação tanto da consciência dos consumidores quanto dos órgãos de fiscalização governamental (GLANTZ; SLADE; BERO; HANAUER; e BARNES, 1996; BOEIRA, 2002). Na década de 1990, surgem redes acadêmicas, como a *Society for Business Ethics* nos EUA, a *European Business Ethics Network* (EBEN) e a

*International Society for Business, Economics, and Ethics* (ISBEE), cujo primeiro Congresso Mundial foi realizado em 1996, no Japão (ARRUDA *et al*, 2003).

No âmbito das Nações Unidas, cabe observar que no capítulo 30 da Agenda 21 – aprovada na Cúpula Mundial em 1992 – constam duas áreas de atuação: a) promoção de uma produção mais limpa; b) promoção da responsabilidade empresarial. Nesse evento o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD) toma posição de destaque (SCHMIDHEINY, 1992; WATTS, SCHMIDHEINY e HOLIDAY Jr., 2002; BOEIRA, 2005).

Na América Latina, realizou-se o I Congresso Latino-Americano de Ética, Negócios e Economia, no Brasil, em 1998, a partir do qual foi criada a Associação Latino-Americana de Ética, Negócios e Economia (ALENE). (ARRUDA *et al*, 2003).

A Responsabilidade Social SA 8000 (*Social Accountability SA 8000*) é uma norma mundial verificável para administrar, auditar e certificar a colaboração com questões envolvendo o ambiente de trabalho – uma iniciativa baseada em convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), na Declaração Universal dos Direitos Humanos e na Declaração da ONU sobre os Direitos das Crianças. O Conselho de Prioridades Econômicas (CEP), uma ONG de pesquisas que analisa os registros sociais e ambientais das empresas, fundada em 1969 nos EUA, estabeleceu em 1996 um Conselho Consultivo Internacional de ONGs, sindicatos e representantes de empresas para desenvolver a SA 8000. Metade do Conselho é oriunda do setor privado e a outra parte representa a sociedade civil (especialmente sindicatos e especialistas em direitos do trabalhador e dos direitos humanos). Em 1997, o CEP criou uma agência de credenciamento – a *Social Accountability International* (SAI), cuja missão é promover a responsabilidade social das empresas por meio de normas voluntárias, credenciar entidades qualificadas para verificar a adesão às normas, promover o entendimento e a implementação das mesmas. A SAI é custeada por contribuições voluntárias de filantropia e governos, obtendo também receita por meio de treinamento, venda de publicações, conferências, associações e credenciamento de auditores, organizadores de cursos e firmas de certificação (LEIPZIGER, 2003, p. 21,22).



### **3. Capital Social: Capacidade Associativa e Cultura Cívica**

As teorias do capital social (FRANCO, 2001; PUTNAM, 1996; KLIKSBERG e TOMASSINI, 2000; HERMET, 2002; BAQUERO, 2001) foram ensaiadas a partir de indagações sobre o “corpo” e o “metabolismo” de comunidades humanas. Por que certas sociedades regulam tão bem os seus conflitos? Por que certas territorialidades apresentam uma dinâmica social tão parecida com a de organismos que se automantêm?

As diferentes abordagens do conceito de capital social estão baseadas, quase sempre, no material teórico desenvolvido por Bourdieu, Coleman e Putnam. Trata-se de uma construção especialmente da última década do século XX, embora tenha Tocqueville como precursor (FRANCO, 2001).

O pano de fundo econômico, contra o qual o conceito faz sentido, diz Franco, foi fornecido pelos chamados neo-institucionalistas, especialmente Douglass North (1990), Robert Bates (1988), James March e Johan Olsen (1989) e Elinor Ostrom (1990).

Na década de 1990 a idéia foi relançada por Robert Putnam (1996) e seus críticos, como Alejandro Portes (1998), Everett Ladd (1999) e Francis Fukuyama (2000). Na segunda metade da década cerca de cinquenta pessoas entraram no debate em âmbito internacional.

Franco afirma que o conceito de capital social pretende captar um fenômeno que não pode ser reduzido às formas conhecidas de “capital humano” (que se refere ao conhecimento e à capacidade de criá-lo e recriá-lo, à imaginação criadora, ao empreendedorismo, à habilidade e competência para realização de uma visão ou sonho), nem de “capital natural” (que se refere aos recursos naturais herdados, regenerados, recriados ou criados). O autor considera capital social um fator do desenvolvimento das sociedades, em cuja presença: a) as sociedades, ou partes delas, exploram melhor as oportunidades ao seu alcance; b) as organizações tornam-se mais eficientes; c) os chamados “custos de transação” são reduzidos; d) as instituições funcionam melhor; e) reduz-se a necessidade do uso da violência na regulação de conflitos; f) mais bem públicos (e privados) são produzidos; g) mais atores sociais são constituídos; h) a sociedade civil torna-se mais forte. “Em suma, observa-se que a presença desse fator facilita a prosperidade econômica e a boa governança, impulsionando o desenvolvimento e aprofundando a democracia” (FRANCO, 2001, p. 50).

O conceito de capital social refere-se a uma capacidade de viver em comunidade, *lato sensu*, ou seja, de interagir socialmente de sorte a criar e manter contextos nos quais se manifeste um *ethos* de comunidade. Tal capacidade implica: a) subordinar interesses individuais aos de grupos maiores; b) trabalhar conjuntamente visando objetivos comuns; c) formar novas associações; d) compartilhar valores e normas para formar grupos e organizações estáveis, além de constituir e compartilhar a gestão destas.

Robert Putnam observa que os “novos institucionalistas” divergem entre si com relação a muitos pontos (teóricos e metodológicos), mas estão de acordo quanto às seguintes idéias: a) as instituições moldam a política; b) as instituições são moldadas pela história. No primeiro caso, concluem que as instituições influenciam os resultados políticos ao moldar a identidade, o poder e a estratégia dos atores. No segundo caso, concluem que a história segue uma trajetória: o que ocorre antes (mesmo que tenha sido de certo modo “acidental”) condiciona o que ocorre depois. Os indivíduos, diz Putnam, podem “escolher” suas instituições, mas não o fazem em circunstâncias que eles mesmos criaram, e suas escolhas, por sua vez, influenciam as regras dentro das quais seus sucessores fazem suas escolhas (PUTNAM, 1996, p. 23).

Este autor, a partir do seu clássico estudo comparativo das regiões norte e sul da Itália, procura conjugar perspectivas históricas e de escolha racional com o objetivo de compreender melhor o desempenho institucional e a vida pública em diversos casos. Suas conclusões refletem o poder da mudança institucional para remodelar a vida política e as poderosas restrições que a história e o contexto social impõem ao êxito institucional (PUTNAM, 1996, p. 31).

Apesar de existir um preconceito generalizado em torno de Fukuyama, desde 1992, quando ele difundiu a idéia de “fim da história”, suas obras mais recentes revelam que é um dos poucos autores dedicados à investigação dos pressupostos filosófico-antropológicos e biológicos do conceito de capital social, que Franco também explora, especialmente a partir das obras de Maturana.

Para Fukuyama, a capacidade de cooperar socialmente depende de hábitos, tradições e normas que servem para estruturar o mercado. A lei, os contratos e a racionalidade econômica fornecem uma base necessária, mas insuficiente, tanto para a estabilidade quanto para a prosperidade das sociedades pós-industriais. Elas precisam ser fomentadas também por reciprocidade, obrigações morais, deveres em relação à

comunidade e confiança, que se baseiam mais no hábito do que no cálculo racional (FUKUYAMA, 2000).

Os economistas com frequência argumentam que a formação de grupos sociais pode ser explicada como resultado de um contrato voluntário entre indivíduos racionais, que teriam concluído ser a cooperação útil aos seus interesses de longo prazo. Pensando-se dessa forma, a confiança não é necessária à cooperação. Basta o auto-interesse esclarecido, somado a mecanismos legais, para formar organizações e instituições. Assim, pela ótica convencional da economia, grupos podem ser formados a qualquer momento com base no auto-interesse.

Mas também é razoável argumentar que, embora contratos e auto-interesse sejam fontes importantes de associação, as organizações mais eficientes são baseadas em comunidades de valores éticos compartilhados. Tais grupos não precisam de contratos e medidas legais extensos para manter suas relações, porque um consenso moral prévio dá a seus membros uma base para a confiança mútua.

A aquisição de capital social requer hábito em relação a normas morais de uma comunidade, o que significa adquirir, no devido tempo de convívio, virtudes como lealdade, honestidade e confiabilidade. O capital social não pode ser adquirido simplesmente por indivíduos agindo por conta própria. Ele é baseado no predomínio de virtudes sociais e não apenas individuais. Não raro, os governos têm que intervir para promover a participação política da sociedade civil quando há um déficit de sociabilidade espontânea.

Aqui emerge uma questão: como o capital social pode ser produzido, acumulado e reproduzido? Não existe uma resposta simples, já que o fenômeno emerge de um conjunto de fatores interligados, dependendo da história, do desenho institucional e da cultura cívica de cada país ou região. Mas argumento que, considerando-se o que até aqui foi exposto, são indicadores de capital social, por exemplo, a quantidade e a qualidade de organizações comunitárias, cooperativas, organizações sem fins lucrativos, empresas com certificação SA 8000 e códigos de conduta elaborados de forma participativa. Os governos que promovem tais indicadores contribuem para o aumento de capital social.

Franco sustenta que no período pós-industrial ou sociedade do conhecimento está emergindo a possibilidade de uma nova forma de comunidade, com o aparecimento de

redes nas quais a interdependência e, muitas vezes, a diversidade e a flexibilidade, podem ser características de *um novo padrão de organização social*. Embora esse novo padrão não se estabeleça, pelo menos inicialmente, no conjunto da sociedade, *pode surgir ou ressurgir em partes desse conjunto* (FRANCO, 2001, p. 60).

Baquero (2001, p. 42) destaca que em países como Brasil e México, embora o processo de agregação entre pessoas seja comum, redes de inter-relações entre empresas solidamente desenvolvidas são raras. “Paradoxalmente”, diz ele, tem sido o Estado que tem “contribuído para desmobilizar o capital social nas micro e pequenas empresas, não lhes propiciando nenhum tipo de ajuda e colocando-as como reféns dos grandes monopólios”. Não há, conclui o autor, consenso sobre quais seriam os indicadores mais adequados para auferir o grau de capital social num contexto macrossistêmico (BAQUERO, 2001, p. 45). As análises têm-se orientado mais para a esfera local, onde se constata que associações e redes locais têm um impacto positivo no bem-estar dos moradores e no desenvolvimento local. Sabe-se também que não são todas as associações que podem gerar capital social: aquelas que têm relações verticais devem ser excluídas como forma de gerar capital social, na medida em que elas podem materializar relações clientelísticas, não resolvendo o problema da ação coletiva. É preciso “reterritorializar o conceito” para o cenário no qual ele é aplicado, conclui Baquero (2001, p. 45).

A propósito, Bernard Sorj (2002, p. 30, 33) chama a atenção para algumas características históricas da cultura brasileira, entre as quais pode-se destacar as seguintes: a) a sociabilidade brasileira tem frágeis componentes cívicos, isto é, uma baixa identificação com os símbolos políticos do Estado e a noção de interesse público; b) a sociedade brasileira é autoritária, exibindo profundas desigualdades sociais, embora seja pouco hierárquica. Estes dois aspectos ressaltam a baixa intensidade do capital social brasileiro (o que implica uma moral cuja relação entre liberdade e responsabilidade é fraca). Isto deve ser considerado no contexto do tópico seguinte. Em obra mais recente, Sorj (2004, p. 13) observa que a “democracia se consolidou, mas não é a democracia esperada”. O “paradoxo democrático” de que trata se resume em duas tendências opostas: por um lado, enorme expansão do associativismo, dos novos direitos ligados a identidades coletivas e de organizações que se apresentam como expressão da

sociedade civil; e, por outro lado, uma limitada eficácia que tais processos desempenham na diminuição da desigualdade social.

#### **4. Ética Empresarial: Cidadania e Parceria**

A ética empresarial tem sido definida como “um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento no mundo dos negócios”, enquanto a responsabilidade social é concebida como “a obrigação que a empresa assume para maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos que ela produz sobre a sociedade” (FERREL *et al*, 2001, p. 19). Por outras palavras, a responsabilidade social é considerada por Ferrel e seus colaboradores como um contrato social, enquanto a ética empresarial diz respeito aos princípios morais e às regras que orientam os tomadores de decisão.

A expressão “responsabilidade social” tem gerado uma série de interpretações. Para uns significa responsabilidade ou obrigação legal, enquanto para outros é um dever de lealdade e de prestação de contas aos seus *stakeholders*, dever que impõe às empresas padrões crescentemente mais elevados de comportamento. Há também os que a traduzem como prática social, papel social e função social. Outros a concebem como comportamento eticamente responsável ou mesmo como contribuição caridosa, altruísta. Há quem entenda que responsabilidade social significa *ser responsável por* ou *socialmente consciente* e os que associam tal expressão a um simples sinônimo de legitimidade ou a um antônimo de *socialmente irresponsável* ou *não responsável* (ASHLEY, 2002).

Ashley e seus colaboradores (2002, p. 6) definem responsabilidade social como

compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

A responsabilidade social é resultado, em grande medida, das críticas que as empresas têm recebido nas últimas décadas nos campos social, ético e econômico por adotarem uma política economicista de mercado. Para Milton Friedman, segundo Ashley (2002, p.10), a única responsabilidade social das empresas é obter lucro, otimizando o uso dos recursos organizacionais e conseqüentemente aumentando o retorno do capital para os acionistas. Friedrich von Hayek também atacou a “doutrina da moda” (*fashionable doctrine*) por atribuir quaisquer funções às empresas além da maximização do lucro no longo prazo. Levada às suas últimas conseqüências, essa tendência teria como resultado o aumento do poder das empresas, com efeitos política e socialmente imprevisíveis e indesejáveis, sobretudo se as grandes empresas passassem a determinar as prioridades sociais, econômicas ou políticas da sociedade (HAYEK, 1967).

Soutello Alves (2001, p. 80) critica as posições neoliberais de Friedman e Hayek, enfatizando que a geração de riqueza pelas empresas pode estender-se além da maximização do lucro, em benefício dos acionistas ou credores, da geração e manutenção de empregos e do desenvolvimento de infra-estrutura de pesquisa, desenvolvimento e comunicações. Tal concepção incorpora a preservação dos recursos naturais não renováveis, a promoção de direitos fundamentais do trabalhador e a proteção dos interesses do consumidor. Para autores contemporâneos que defendem tal posicionamento, a própria definição de riqueza é ampliada e incorpora, além de bens materiais tangíveis, valores intangíveis ou éticos. Estes valores, de caráter universal, pressupõem a existência de partes direta ou indiretamente interessadas na criação de riqueza pelas empresas – que não coincidem com as tradicionais partes interessadas (acionistas e credores).

Entre as partes interessadas (*stakeholders*) estão sindicatos, entidades de classe, associações de consumidores, ONGs de todo tipo e inclusive a comunidade local que circunda as empresas. Constituem um grupo heterogêneo e difuso, ao contrário da empresa, que mantém identidade clara, mesmo se a sua estrutura for complexa e dispersa no tempo e no espaço. Soutello Alves concebe a *empresa cidadã* definindo cidadania empresarial como um conjunto de princípios e sistemas de gestão destinados à criação ou preservação de valor para a sociedade, conceito que ele associa ao de *governança corporativa*.

“O conceito de governança tem como ponto de partida a busca do aperfeiçoamento do comportamento das pessoas e das instituições” (SOUTELLO ALVES, 2001, p. 81). Mas não se limita a promover o funcionamento mais eficiente das instituições. Todo comportamento oportunista, ainda que eficiente no curto prazo, pressupõe a ausência de regras ou de formas eficazes de aplicá-las em detrimento dos princípios de governança. Todo comportamento responsável, por outro lado, tem por fundamento a *confiança* de que as regras serão fielmente cumpridas pela maioria em conformidade com os princípios de governança.

Dessa forma, percebe-se que no debate contemporâneo sobre ética empresarial e responsabilidade social o tema da *confiança*, que é central nas teorias do capital social, aparece ao lado de conceitos como de cidadania empresarial e governança corporativa.

Para Robert H. Srou, as morais empresariais são basicamente duas: a da *parcialidade* e a da *parceria*. A primeira, hegemônica, induz a uma ambigüidade empresarial: numa economia competitiva, os empresários distinguem os *stakeholders* em função de seu cacife ou capacidade de retaliar e de agregar valor. De um lado, ficam os acionistas, os clientes, os gestores, trabalhadores qualificados, que são tratados, via de regra, a partir de reflexões estratégicas (deliberação responsável); de outro, ficam os demais, ou seja, fornecedores, autoridades governamentais, concorrentes, credores, mídia, comunidade local, que tendem a ser “driblados” por conveniência (SROUR, 2000, p. 164).

A moral da parceria corresponde a um discurso refletido, com adoção de padrões de conduta centrados em interesses de médio e longo prazo. Define negócios como acordos que beneficiam ambas as partes. O eixo desta moral, diz Srou, consiste em estabelecer relações de convergência e de *confiança recíproca*, visando a uma distribuição eqüitativa dos ganhos. Ao contrário da fase do capitalismo oligopolista, na qual as empresas têm condições de controlar o que se produz e definir preços de venda sem dar grande importância às expectativas dos clientes, na fase do capitalismo competitivo contemporâneo as empresas não podem deixar de observar atentamente o que desejam os clientes. Estes passaram a dispor de “trunfos econômicos, políticos e simbólicos capazes de dissuadir, tanto coletiva como individualmente, qualquer empresa que ouse aventurar-se pelos descaminhos das práticas socialmente irresponsáveis” (SROUR, 2000, p. 180). O autor considera que a moral da parceria está em construção:

“corresponde a um esforço penoso para desenvolver uma cidadania empresarial [...]. Aos poucos, e se for universalizada, a estratégia deixará de ser um diferencial para converter-se numa necessidade compartilhada” (SROUR, 2000, p. 181).

A moral da parceria, com sua lógica da responsabilidade social, “funciona como intrusa na paisagem capitalista” e só pode prosperar enquanto três condições permanecerem em vigor: a) existência de um mercado concorrencial; b) mobilização incessante da sociedade civil; c) disponibilidade de instrumentos de pressão, como a mídia plural, as agências de defesa do consumidor e a Justiça atuante. Assim, conclui o autor, enquanto for possível fazer “política pela ética”, as cúpulas empresariais “chegam a ser forçadas a agir de forma socialmente responsável, mesmo quando há desacordo com suas convicções mais íntimas” (SROUR, 2000, p. 188).

### **Conclusões e Considerações finais**

Neste ensaio buscou-se evidenciar a pertinência de vínculos entre as temáticas da ética empresarial e a do capital social, partindo-se de um enfoque de moral e ética de Sánchez Vázquez, do qual destacamos a seguinte conclusão: *a moral eleva-se histórica e geograficamente se, e somente se, houver uma crescente densidade na combinação de liberdade e responsabilidade (individual e coletiva)*, o que foi proposto, aqui, como um indicador de *geração de capital social*. Tais vínculos, entretanto, são complexos e contraditórios, no contexto dos processos político-institucionais, empresariais e sociocomunitários em cada região ou país, com sua particular história de formação de capital social.

Deve-se, além disso, ressaltar os limites de tais vínculos, já que a adesão voluntária às normas morais de responsabilidade social ocorre num contexto (globalização dos mercados) de hegemonia da moral da parcialidade (oportunista, ambígua e seletiva), que tende, simultaneamente, a condicionar (limitar, controlar) e a favorecer (com a tecnologia de informação, a liberdade de associação e expressão) o processo de emergência da moral da parceria. O exame desse processo complexo e paradoxal transcende os limites e os propósitos deste ensaio.

Como o conjunto de *stakeholders* de cada empresa forma um grupo heterogêneo em termos de poder ou interesse, tende a ser tratado também de forma heterogênea. Com os *stakeholders* com mais capacidade de contrariar os interesses das empresas –



caso de acionistas ou proprietários – os dirigentes destas tendem a estabelecer relações que favorecem um capital social de alta intensidade. Já com os demais (comunidade local, mídia, autoridades governamentais, empregados pouco qualificados, concorrentes, fornecedores e credores), a tendência é de estabelecer-se um capital social de baixa intensidade, no qual a moral da responsabilidade social tem laços distensos com a liberdade.

Com efeito, como encontrar uma equação adequada que assegure o melhor retorno possível aos *stakeholders*, uma vez que os interesses destes são díspares e/ou contraditórios entre si? Como compatibilizar as determinações da rentabilidade (lucros) com as injunções éticas (ganhos sociais)? (SROUR, 2000, p. 188).

Mais especificamente, como podem os dirigentes empresariais tratar clientes, trabalhadores muito qualificados, trabalhadores pouco qualificados, fornecedores, credores, mídia, comunidade local, autoridades governamentais, credores, clientes, gestores e acionistas com a mesma moral da parceria e da responsabilidade social? Não seria isto uma utopia, especialmente em países e regiões cuja história tenha forjado instituições e culturas cívicas nas quais os valores *liberdade* e *responsabilidade moral* mantêm laços mais distensos ou fracos entre si? É isso o que se pode deduzir da literatura examinada.

Porém, em contrapartida, a constituição de normas de responsabilidade social nas empresas, como a SA 8000, sob a fiscalização de governos e cidadãos, tem impulsionado a geração de capital social em âmbitos crescentemente ampliados, reforçando tais laços. Com efeito, que alternativa têm os atores sociais “driblados” por conveniência pelas empresas além da pressão social a favor de normas que gerem maior transparência e capital social?

Por fim, penso que é relevante apostar numa aproximação conceitual entre ética empresarial e capital social por razões de ordem simultaneamente ética, política e emancipatória. Enquanto o conceito de capital social estiver limitado à concepção liberal de capacidade associativa, favorecendo vínculos de confiança e reciprocidade entre empresas, em distritos industriais ou iniciativas afins, a densidade cívica e moral implícita tenderá a ser baixa, ainda que possa haver ganhos localizados de produtividade e conseqüentemente maiores “vantagens competitivas” deste ou daquele grupo de empresas e de seus empregados. A reflexão ética se soma à política emancipatória à

medida que a geração de capital social – em processos participativos e autônomos que aguçam as relações entre Estado, sociedade civil e empresariado – ultrapassa a noção de capacidade associativa, incluindo a noção de cultura cívica, de produção de bens públicos, de elevação moral tanto dos indivíduos quanto dos grupos aos quais pertencem. Assim, a noção de cidadania se amplia numa dupla direção: a) para incluir aspectos da subjetividade e da intersubjetividade; b) para incluir aspectos geográficos, históricos e sociais, transcendendo espaços comunitários localizados e fronteiras nacionais (regidos pelo cálculo econômico e por interesses particularistas). Em síntese, se a noção de cidadania avançar historicamente, isto deverá ocorrer para além da noção de *homo economicus*, na direção do que Morin chama de *homo complexus* : “Se o *homo* é, ao mesmo tempo, *sapiens* e *demens*, afetivo, lúdico, imaginário, poético, prosaico, se é um animal histérico, possuído por seus sonhos e, contudo, capaz de objetividade, de cálculo, de racionalidade, é por ser *homo complexus*” (MORIN, 2002, p.140).

## Referências Bibliográficas - References

- ARRUDA, M. C., WHITAKER, M. e RAMOS, J. (2003) **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas.
- ASHLEY, P. (Coord.) (2002) **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva.
- BAQUERO, M. (Org.) (2001) **Reiventando a sociedade na América Latina**. Porto Alegre/Brasília: Ed. UFRGS e Conselho Nacional dos Direitos da Mulher (CNDM).
- BATES, R. (1988) Contra contractarianism: some reflections on the new institutionalism. **Politics and Society**, v. 16. pp. 387 e ss.
- BOEIRA, S. L. (2002) **Atrás da cortina de fumaça. Tabaco, tabagismo e meio ambiente: estratégias da indústria e dilemas da crítica**. Itajaí: Ed. UNIVALI.
- BOEIRA, S. L. (2005) Responsabilidade socioambiental das empresas: liberalismo ou terceira via. In: BOEIRA, S. L. (Org.) **Democracia & políticas públicas: diversidade temática dos estudos contemporâneos**. Itajaí: Editora da Universidade do Vale do Itajaí.
- FERREL, FRAEDRICH e FERREL. (2001) **Ética empresarial**. Dilemas, tomadas de decisões e casos. 4ª ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed.
- FRANCO, A. (2001) **Capital social**. Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy. Brasília: Instituto de Política Millennium.
- FUKUYAMA, F. (2000) **A grande ruptura**. A natureza humana e a reconstituição da ordem social. Rio de Janeiro: Rocco.
- GLANTZ, S., SLADE, J., BERO, L., HANAUER, P. e BARNES, D. (1996) **The cigarette papers**. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- HAYEK, F. A. (1967) **Studies in philosophy, politics and economics**. London: Routledge & Kegan Paul.
- HERMET, G. (2002) **Cultura & desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes.
- KLIKSBERG, B. & TOMASSINI, L. (Compiladores) (2000) **Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- LADD, E. (1999) **Silent revolution: the reinvention of civic America**. Free Press, New York.
- LEIPZIGER, D. **SA 8000** (2003) O guia definitivo para a nova norma social. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- MARCH, J. e OLSEN, J. (1989) **Rediscovering institutions: the organizational basis of politics**. Free Press, New York.
- MORIN, E. (2002) **O método 5: a humanidade da humanidade**. A identidade humana. Porto Alegre: Sulina.
- MORIN, E. (2005). **O método 6. Ética**. Porto Alegre: Sulina.

NORTH, D. (1990) **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge University Press, New York.

OSTROM, E. (1990) **Governing the commons: the evolution of institutions for collective action**. Cambridge University Press, New York.

PORTES, A. (1998) Social capital: its origins and applications in modern sociology. **Annual Review of Sociology**, 24: 1 (1-24).

PUTNAM, R. (1996) **Comunidade e democracia**. A experiência da Itália moderna. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas.

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A. (2002) **Ética**. 23ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira.

SCHMIDHEINY, S. (1992) **Mudando o rumo**. Uma perspectiva empresarial global sobre desenvolvimento e meio ambiente. Rio de Janeiro, FGV.

SORJ, B. (2000) **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

SORJ, B. (2004) **A democracia inesperada: cidadania, direitos humanos e desigualdade social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

SOUTELLO ALVES, L.E. (2001) Governança e cidadania empresarial. **RAE – Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 41, p. 78-86.

SROUR, R. H. (2000) **Ética empresarial**. Posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Ed. Campus.

WATTS, P., SCHMIDHEINY, S. e HOLIDAY Jr., C. (2002) **Cumprindo o prometido**. Casos de sucesso de desenvolvimento sustentável. Rio de Janeiro: Campus.

