



UFRJ

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

GUSTAVO FROTA

**SERVIÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS:
DESAFIOS E POSSIBILIDADES À PRÁTICA PROFISSIONAL NA GSK BRASIL**

Rio de Janeiro
Fevereiro de 2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE SERVIÇO SOCIAL

GUSTAVO FROTA

**SERVIÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS:
DESAFIOS E POSSIBILIDADES À PRÁTICA PROFISSIONAL NA GSK BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Serviço Social da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Serviço Social, sob a orientação do professor Dr. Cezar Maranhão.

GUSTAVO FROTA

**SERVIÇO SOCIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS:
DESAFIOS E POSSIBILIDADES À PRÁTICA PROFISSIONAL NA GSK BRASIL**

Rio de Janeiro, Aprovado em: 25 de Fevereiro de 2022.

Banca Examinadora:

Prof.º Dr. Cezar Maranhão – Orientador (UFRJ)

Prof.ª. Dra. Mably Jane Trindade Tenenblat – (UFRJ)

Prof.º Dr. Marcos Botelho - (UFRJ)

“O conhecimento nos faz responsáveis”.

(Che Guevara)

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer – primeiramente – a Deus, pois, sem a Sua presença em minha jornada, nada disso seria possível, devo tudo a Ele. Agradeço à mentoria, a quem segue o mesmo caminho, meu colega de profissão, Diego Hollanda, que me apoiou do início ao fim, desde a escolha do curso como, por exemplo, com o inestimável apoio com materiais pertinentes à minha formação, tais como livros e artigos que me auxiliaram ao longo do curso.

Agradeço à minha família, sobretudo, por sempre acreditar em mim, tornando possível trilhar essa caminhada com todo o suporte necessário. Minha avó Neiva, minha avó Kleyde, minha mãe Luciana, meu pai Luiz Otávio, meu padrasto Marcelo, minha madrastra Giselda e minha irmã Gabriela – todos eles estiveram a todo tempo me apoiando direta ou indiretamente.

Agradeço ao meu orientador, professor Cezar Maranhão, por me orientar com maestria em tempos tão difíceis, com a mesma qualidade e sabedoria que eu poderia absorver e importar nesta produção. Muito obrigado pela oportunidade de dividir este trabalho com você. Espero que eu possa ter correspondido às expectativas que depositou em mim ao longo desse processo.

Ao corpo docente, discente e administrativo da Escola de Serviço Social, que tive o privilégio de conhecer e conviver bons momentos e resistir a tempos difíceis. Apesar das dificuldades que a Universidade teve de enfrentar em tempos de sucessivos cortes na educação, tive a honra de ter tido os melhores professores da área e o espaço necessário para exercer o aprendizado. Agradecimentos especiais à Prof^a. Mably Trindade que, em inúmeras ocasiões, me deu suporte acadêmico e pessoal no pior momento da pandemia, quando estávamos começando a ter disciplinas remotas.

Devo também um agradecimento especial à minha colega de classe Anna Beatriz Magalhães, que me auxiliou em diversos momentos na produção deste material; e, também, à minha supervisora de campo de estágio, Patrice Vianna, que se mostrou um expoente dessa nossa categoria e a quem me espelho profissionalmente.

Por último, mas, obviamente, não menos importante, ao meu filho Heitor, que – apesar de não ter idade para entender todo esse processo – foi peça fundamental no meu amadurecimento como homem, como pai, como cidadão e, também, como formador de um novo cidadão.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso propõe uma reflexão sobre a atuação profissional dos assistentes sociais nas ações de responsabilidade social desenvolvidas na empresa GlaxoSmithKline (GSK). Com tal propósito, esta pesquisa constrói uma breve análise do Serviço Social nas empresas, destacando os limites do fazer profissional, sua importância no âmbito empresarial, seu papel na gestão de responsabilidade social bem como seu conceito nas empresas. O estudo foi desenvolvido no interior de uma empresa privada, por meio da experiência de estágio obrigatório na GSK BRASIL. Trata-se de uma empresa multinacional farmacêutica, que tem como característica, em seu plano de negócio, o Serviço Social como área estratégica no RH e na Responsabilidade Social da empresa. É neste pano de fundo que iremos analisar seu funcionamento e implicações à comunidade dos projetos sociais e ações do Serviço Social neste espaço. Cumpre mencionar que como instrumentos metodológicos, foram privilegiados a pesquisa bibliográfica em artigos científicos, teses e dissertações sobre a temática da responsabilidade social e a análise de documentação da empresa. Sobre os resultados da pesquisa, foi possível levantar determinadas discussões acerca da construção de um projeto social na empresa GSK, abordando a gestão do Serviço Social na responsabilidade social da empresa e sua rotina, planejamento, análise, execução e monitoramento.

Palavras-chave: Serviço Social. Imagem da Empresa. Responsabilidade Social. GSK Brasil.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADCE	Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
AIDS	Síndrome de Imunodeficiência Adquirida
BANESPA	Banco do Estado de São Paulo
BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
FIA	Fundação Instituto de Administração
FIDES	Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
GIFE	Grupo de Instituições, Fundações e Empresas
GSK	GlaxoSmithKline
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
ISE	Índice de Sustentabilidade Empresarial
ISO	International Organization for Standardization
OMS	Organização Mundial da Saúde
ONU	Organização das Nações Unidas
P&D	Processo de Pesquisa e Desenvolvimento
RENAME	Relação Nacional de Medicamentos Essenciais

RH	Recursos Humanos
RS	Responsabilidade Social
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SESC	Serviço Social do Comércio
SESI	Serviço Social da Indústria
SUS	Sistema Único de Saúde
TI	Tecnologia da Informação

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
CAPÍTULO 1 - O SERVIÇO SOCIAL NAS EMPRESAS.....	13
1.1 - A REQUISICÃO EMPRESARIAL DO ASSISTENTE SOCIAL.....	17
1.2 - A RESPONSABILIDADE SOCIAL E SERVIÇO SOCIAL.....	20
1.3 - A ORIGEM DO “SISTEMA S” E A CONSOLIDAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL EMPRESARIAL.....	22
CAPÍTULO 2 - INTRODUÇÃO À RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	25
2.1 - A ORIGEM DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO MUNDO E NO BRASIL.....	26
2.2 - CONCEITOS RELATIVOS À RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	38
2.3 - CARACTERÍSTICAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	40
CAPÍTULO 3 - A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GSK BRASIL.....	46
3.1 - A EMPRESA GSK.....	48
3.2 - A GSK DO PONTO DE VISTA DAS OBSERVAÇÕES NO ESTÁGIO.....	49
3.3 - DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GSK E SUA GESTÃO DE PROJETOS PELO SERVIÇO SOCIAL.....	51
3.4 - DO PROJETO SOCIAL E SUAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS NA GSK.....	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
REFERÊNCIAS.....	64

INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso propõe uma reflexão sobre a atuação profissional dos assistentes sociais nas ações de responsabilidade social. Trata-se de um estudo de caso, baseado nas experiências acumuladas no estágio curricular desenvolvido na empresa farmacêutica GSK, com ênfase, sobretudo, no impacto deste tema em empresas privadas. Nesse sentido, é imprescindível a compreensão da atuação do Serviço Social no âmbito empresarial e do seu papel na responsabilidade social da empresa, assunto que se evidencia especialmente a partir da década de 1970, tendo uma exponencial aceleração na década de 1990. Na atualidade, o entendimento desta dinâmica na GSK Brasil consubstancia-se a partir das experiências de campo e dos impactos sobre os diferentes personagens dessa dinâmica.

Cumprе mencionar que o debate quanto à responsabilidade social no âmbito do Serviço Social tem se intensificado bastante nos últimos anos, o que implica ao assistente social essa demanda cada vez maior pelas empresas, frente à degradação dos empregos e da qualidade de vida dos funcionários. Dessa forma, esse debate precisa trazer, também, o porquê de algumas empresas investirem nesta área e outras não.

Junto a este tema, há a preservação da qualidade da força de trabalho dos empregados, a mediação dos interesses de classes, a dominação/subordinação entre classes em prol de maior produtividade e promoção social dos trabalhadores. Assim, vamos entender como a empresa solicita a ação profissional do assistente social para atuar nos setores de recursos humanos, desenvolvendo atividades de caráter educativo junto aos empregados, mediante prestação de serviços sociais.

Esse debate desenvolveu a motivação para a pesquisa ao ingressar – por meio do trabalho no campo de estágio – nesse espaço, onde me deparei com o sistema organizacional de uma empresa, compreendendo-a em seu contexto capitalista de produção e de divulgação de imagem. Assim, as atribuições de um assistente social em formação nela executadas e as ferramentas de atuação oferecidas tanto na área de responsabilidade social como também na área de recursos humanos puderam contribuir para a observação e a análise possíveis no meu campo de estágio, uma vez que houve atuação nesses dois campos.

A partir dessa experiência, pude ver um outro lado da profissão para além das atribuições do Serviço Social, tal qual a apresentação de importantes fatores de interesse para as empresas privadas da contemporaneidade: a de promoção social na área de responsabilidade social, além da posição humanizada nos recursos humanos, se comparada a outras áreas do conhecimento que ocupam a mesma cadeira.

Por óbvio, uma profissão crítica como a nossa, apoiada em um projeto ético-político, tem um papel emancipador mesmo em uma instituição voltada exclusivamente para obtenção de lucros, mostrando, assim, cada vez mais a importância da responsabilidade social e de uma atuação mais humanizada dos setores nas empresas.

Sobre a estrutura do presente trabalho, cumpre mencionar que esta foi dividida em três capítulos: O capítulo 1 intitulado “O Serviço Social nas Empresas” trata da trajetória histórica e da emergência do Serviço Social nas empresas, desde as décadas de 1940 e 1950.

O segundo capítulo, por sua vez, cujo título é “Introdução à Responsabilidade Social Empresarial” descreve o conceito de responsabilidade social corporativa, que emergiu no início do século XX, quando as empresas capitalistas ainda não se preocupavam muito com o tema. Neste capítulo, ressalta-se, ainda, que apenas após a década de 1950 o assunto ganha relevo nos planejamentos das empresas e universidades dos Estados Unidos e Europa. Contudo, no Brasil, por seu turno, somente na década de 1970, a ideia da responsabilidade social começa a ganhar as empresas, porém, sem muita sensibilização dos empresários.

No terceiro capítulo denominado “A Responsabilidade Social na GSK Brasil” são abordadas questões, como: a requisição empresarial do assistente social; a Responsabilidade Social e Serviço Social na ótica da classe trabalhadora; a Origem do “Sistema S” e a consolidação do Serviço Social Empresarial.

Ademais, cumpre mencionar que os referenciais teóricos utilizados foram baseados em autores como Mota (1985) para o entendimento sobre a atuação do Serviço Social nas empresas; Yamamoto e Carvalho (1983), sobre a institucionalização do Serviço Social; Melo Neto & Froes (2001), sobre a responsabilidade social corporativa; Oliveira (2000), sobre o surgimento da responsabilidade social; e Yolanda Guerra (2000), que discorre sobre o processo de multidisciplinaridade da profissão, além de diversos outros autores que foram fundamentais para a construção dessa pesquisa.

Nas Considerações Finais, ressalta-se a ideia de que as empresas socialmente responsáveis da atualidade respondem às expectativas das políticas de responsabilidade social

corporativa, garantindo melhores condições de trabalho para os seus funcionários. Todavia, não se pode olvidar que seu objetivo precípua, por vezes, reside também em conquistar a simpatia do seu público consumidor. Num contexto capitalista de produção, tal tendência atrai investidores socialmente responsáveis em prol de aliar as ações de responsabilidade social ao aumento de lucros da empresa.

Acredito ser este um tema de extrema relevância para o Serviço Social com base na experiência de campo e nas controvérsias que existem, sobretudo, no âmbito empresarial. É válido considerar que apesar de não se tratar de uma área de vasto campo empregatício, o Serviço Social apresenta-se como importante campo de atuação do profissional, além de oferecer um espaço crítico de formação.

CAPÍTULO 1 – O SERVIÇO SOCIAL NAS EMPRESAS

Para contextualizar a atuação do Serviço Social nas empresas na atualidade, é preciso considerar alguns aspectos históricos que introduziram e alteraram a sua demanda ao longo do tempo. Segundo José Paulo Netto (1996), a reestruturação do capital mundializado, que no Brasil intensificou-se nas últimas décadas do século XX, provocou grandes mudanças na organização e gestão da força de trabalho e na relação de classes, assim, interferindo fortemente nos trabalhos profissionais das diversas categorias, nas suas áreas de intervenção e nos suportes de conhecimento e de implementação de suas atividades.

O Serviço Social na empresa originou-se, sobretudo, na década de 1940 e 1950, por meio de empresas públicas. Posteriormente, temos sua acomodação e necessidade de atuação em empresas privadas, que dá luz ao seu surgimento frente ao cenário político da época – como dito anteriormente – de entrada do movimento operário no cenário político. Sendo assim, o Serviço Social se vincula também às políticas sociais, não apenas estatais, mas também empresariais desenvolvidas tanto por empresas públicas como privadas. (MONTANO: 2007, p. 40).

A solicitação de assistentes sociais nas empresas privadas – sobretudo no Brasil – surge em paralelo à intensa industrialização demandada pela Segunda Guerra Mundial e seu consequente fomento de luta e organização do operariado por melhores condições de trabalho e de vida, uma vez que passaram a se reconhecer como uma classe em si e a exigir a classe para si, com suas necessidades específicas e suas demandas em comum.

A partir dessa nova demanda, as empresas passam a contratar assistentes sociais para executar sobretudo políticas de mudanças organizacionais e relacionais e para gerir convênios/benefícios/programas assistenciais para os empregados, que são desenvolvidos entre a empresa e outra organização externa (geralmente o Estado). A questão social passa a ser assumida pela empresa dentro de um contexto que é permeado tanto pela existência de “pactos de dominação” (entre o Capital x Trabalho), isto é, com o Estado, através de suas políticas de reprodução geral do capital, como por uma tensão entre empregado-empregador, identificada na pressão que a classe trabalhadora exerce pela via dos “seus” problemas, interferindo no processo organizativo da produção (MOTA, 1991, p. 47).

A renovação do Serviço Social brasileiro teve sua origem em meados da década de 1960 e apresentou três tendências. A primeira, a modernizadora, alicerçada nos documentos

de Araxá e Teresópolis, em que o Serviço Social é concebido como instrumento de intervenção a ser operacionalizado nos marcos de manutenção do capitalismo. Depois, a reatualização do conservadorismo, cuja concepção se assentava na fenomenologia pela autorrepresentação da profissão, rejeição ao positivismo, presente na tradição modernizadora, e a teoria social de Marx. E a terceira se expressou no legado marxiano e na tradição marxista por meio do projeto de intenção de ruptura com o conservadorismo, que conquistou sua hegemonia a partir de 1979 que teve como episódio o congresso da virada.

Dando um salto temporal, levando em consideração todo o desenvolvimento e reconstrução do sistema capitalista, observa-se que, em meados dos anos 1970, as empresas capitalistas passaram por diversas mudanças em virtude de sua reestruturação produtiva, reestruturação essa, movida por uma de suas crises cíclicas de acumulação, tendo como consequência a demanda por novas formas de gestão das forças produtivas. Já nos anos 1980, é possível identificar uma maior presença de assistentes sociais em empresas, o que foi favorecido pela conjuntura brasileira na ocasião: a organização política da classe trabalhadora, através de criação de partidos, sindicatos etc. (MOTA: 1985, p. 16).

O assistente social é demandado pela importância dada à manutenção da qualidade da força de trabalho dos funcionários da empresa/fábrica. É observado, portanto, pela gestão, que os trabalhadores estão sujeitos a diversas interferências externas que podem afetar direta ou indiretamente a produtividade. Seguindo tal raciocínio, o assistente social precisa atuar na gestão de benefícios para compensar a carência material, causada por baixos salários, assim como atuar na educação corporativa para orientar os funcionários quanto ao direito do cidadão através da promoção de programas e projetos sociais. Por isso, entende-se que a empresa busca, de certa forma, construir no imaginário dos funcionários uma boa imagem (MOTA, 1985, p. 113).

Além disso, é exigido do profissional de Serviço Social a sua integração junto ao trabalhador de outros departamentos, pois ele é o profissional responsável por atender as necessidades humanas, no auxílio à construção de uma “roupagem” mais “humana” e “preocupada” das empresas capitalistas, trazendo a busca pela maior produtividade como sua principal premissa que é inversamente proporcional a melhores condições de trabalho para a classe trabalhadora. O Serviço Social, então, é visto como ferramenta fundamental a ser engendrada no meio da produção como forma de promover um maior desempenho dos funcionários e, assim, obter maior produtividade e lucro para a empresa.

Assim, a definição sobre o exercício da profissão do assistente social concebe a complexidade da ação aliada ao empenho de integração dos direitos humanos e da justiça social com o trabalho:

O exercício da profissão de assistente social ou trabalhador social promove a mudança social, a resolução de problemas no contexto das relações humanas e a capacidade e empenhamento das pessoas na melhoria do “bem-estar”. Aplicando teorias de comportamento humano e dos sistemas sociais, o trabalho social focaliza a sua intervenção no relacionamento das pessoas com o meio que as rodeia. Os princípios de direitos humanos e justiça social são elementos fundamentais para o trabalho social. (FITS, 2011 IN: FALEIROS, 2011, p. 8).

Em outras palavras, as empresas privadas – que têm suas raízes no capitalismo – promovem a responsabilidade social dentro da sua organização como forma de promover um diferencial significativo perante as outras empresas, dando uma aparência mais humana a seus negócios e, assim, buscando conquistar a simpatia dos clientes e patrocinadores.

Em meados dos anos 1980, verificamos diversas mudanças no interior do sistema capitalista, em que é observado a atuação das empresas privadas. Época de reconstrução do Pós Segunda Guerra Mundial, os países centrais passaram por uma fase de expansão do capitalismo, que gerou grande crescimento econômico.

Algumas de suas principais características foram a concentração e expansão de capitais, grande desenvolvimento das forças produtivas, avanços tecnológicos, aumento da produtividade do trabalho, etc. (MANDEL, 1992). Dessa forma, essa fase expansiva do capitalismo gerou o aumento da produtividade e revoltas operárias por melhores condições de vida e trabalho.

Nesse contexto, de acordo Mota (1995), em paralelo ao crescimento dos movimentos organizados dos trabalhadores no Brasil abra-se um período de crise capitalista global, através das crises, o capital se recicla, reorganizando suas estratégias de produção e reprodução social.

Podemos, assim, dizer que as crises econômicas são inerentes ao desenvolvimento do capitalismo e que, diante dos esquemas de reprodução ampliada do capital, a emergência delas é uma tendência sempre presente (MOTA, 1995, p. 37). Enfim, os anos 1980 irão constituir as bases formais e legais do que potencialmente poderia ser um Estado de Bem-Estar Social, na Constituição de 1988 (MOTA, 2006).

Por isso, observa-se que tais mudanças são caracterizadas pela nova dinâmica imposta à acumulação capitalista para responder às necessidades de uma universalização do mercado financeiro, mais competitivo e globalizado. A partir daí, são apresentadas novas características da empresa capitalista tanto na sua organização de produção como em todo o processo em cadeia. Vale ressaltar que até mesmo o Estado, neste momento, dá todo o suporte a estas mudanças através da sua intervenção neste novo modelo.

No Brasil, o processo de reestruturação produtiva começa ainda durante a década de 1980 com a informatização produtiva, os programas de qualidade total e a implantação de métodos de gestão participativa. Segundo Antunes (2006, p. 16), inicialmente ela é marcada pela redução de postos de trabalho e pelo aumento da produtividade que dependeram da reorganização da produção, da intensificação da jornada de trabalho, do surgimento dos CCQs e dos sistemas de produção just in time e Kanban. (MOTA, 2006).

Na década de 1990, cresce a informatização dos processos de trabalho, a modernização das plantas de produção e a implantação de programas de qualidade (MOTA, 1985). Neste cenário de mudanças, o empresariado brasileiro enfatiza a seus trabalhadores as múltiplas competências que os mesmos têm de estar envolvidos para estar adeptos às transformações em curso em prol dos objetivos empresariais. A adoção de novas tecnologias nos processos e de inovações organizacionais supõe, como demanda, novas requisições aos trabalhos que modificam as condições de entrada no mercado do capital, ao passo que também se discute a flexibilização da proteção social.

Este período foi marcado por privatizações, fusões de empresas, terceirizações, bem como a precarização do trabalho – e, tão logo – do trabalhador. Outrossim, destaca-se também a flexibilização da organização fabril e desregulamentação das leis trabalhistas. Este seria o balanço do movimento da economia mundial, que buscava, sobretudo, mais produtividade, competitividade, e – claro –, lucratividade. Isso se entende como:

Uma tendência mais geral dos processos de reestruturação industrial no Brasil, marcados pelas fusões e incorporações, pela descentralização da produção dos grandes oligopólios, pela formação de uma rede de subfornecedores, pela abertura de capital, além da adoção de novas tecnologias e da redução do quadro de pessoal. (CESAR, 2000, p. 117).

Dessa forma, as empresas passam a se “vender “ com a “capa” da responsabilidade social corporativa, que é correlacionado a um compromisso ético com o desenvolvimento

sustentável, contrapondo um estado que se demonstrava e se fazia ineficaz na atuação aos problemas sociais do país. As empresas, então, procuram defender a substituição das suas políticas, focando nas ações de combate à pobreza, uma vez que foi deixado a responsabilidade de proteção social ao Estado, principalmente neste período que é marcado por políticas neoliberais e um Estado cada vez mais “encolhido”. Para entendermos melhor esta período segue trecho do texto de Boito Jr., Armando:

O objetivo político real é, cortando direitos e reduzindo os serviços públicos, tocar adiante a política de ajuste fiscal, que viabiliza a remuneração do capital financeiro, e abrir novas áreas para a acumulação capitalista. Perseguindo esses objetivos, o capital financeiro e seus representantes políticos apelam para os setores populares pauperizados e politicamente desorganizados, embrulhando a política de ajuste fiscal num discurso farsesco sobre a justiça social. (BOITO JR., 2006, p. 288).

Revelando este contexto, surge um apanhado de exigências para o Serviço Social, a atuação dos assistentes sociais nas empresas, tendo como principais frentes de trabalho: a gestão de recursos humanos, de programas participativos, do desenvolvimento de equipes, de voluntariado, de ações comunitárias, etc. Essas frentes se relacionam aos processos sociais contemporâneos que incidem na vida social, incluindo, nesta dinâmica, a experiência profissional do assistente social e sua atividade nas empresas.

1.1 - A REQUISIÇÃO EMPRESARIAL DO ASSISTENTE SOCIAL

A empresa é considerada como a requisitante institucional da profissão de Serviço Social e, por isso, legitima a ação do profissional no limite dos seus interesses. Nesse aspecto, o Serviço Social da empresa visa principalmente a promoção social com o objetivo de alcançar uma maior produtividade de seus trabalhadores, uma vez que os problemas sociais dos seus empregados também afetam a produtividade da sua força de trabalho. Logo, para o empresário, a qualidade de vida dos seus funcionários implica numa imposição da reprodução da força de trabalho e também da própria acumulação.

Nesse contexto, parece surgir um conjunto diverso de frentes de trabalho para o assistente social nas empresas, entre as quais destacamos: a gestão de recursos humanos; os programas participativos; o desenvolvimento de equipes; a ambiência organizacional; a qualidade de vida no trabalho, o voluntariado; a ação comunitária; a certificação social; a

educação ambiental etc. Podemos afirmar que elas estão relacionadas com os processos macrosociais contemporâneos que incidem na vida social e refletem nas práticas sociais, das quais se inclui a experiência profissional do assistente social.

Na virada do século XX ao XXI, observa-se o desenvolvimento de ações sociais que extrapolam o âmbito da empresa e se estendem à sociedade, configurando-se, então, o ideário da “empresa cidadã” (CESAR, 2006). O Estado passa a conceder benefícios fiscais a empresas que oferecem aos funcionários o prolongamento da licença-maternidade e da licença-paternidade, que corrobora com as medidas governamentais de fortalecimento das iniciativas da “sociedade civil” que, supostamente neutra e desprovida de ideologias e práticas classistas (AMARAL, 2006), é posta como parceira indispensável do Estado no enfrentamento dos desafios nacionais, como o combate à pobreza e à desigualdade social.

Como já observaram Iamamoto e Carvalho (1983), o Serviço Social – como prática institucionalizada e socialmente legitimada – sempre esteve atrelado aos mecanismos sócio-políticos de enfrentamento das expressões da questão social. Nesta perspectiva, o Estado e o empresariado buscaram enfrentar o processo de pauperização das classes trabalhadoras, orientados por uma perspectiva de contenção da capacidade de articulação e organização dos trabalhadores, em prol dos interesses capitalistas.

Desse modo, pode-se afirmar que a empresa solicita a ação profissional por entender que o assistente social é um elemento capacitado para atuar nos setores de recursos humanos, desenvolvendo atividades de caráter educativo junto aos empregados, mediante a prestação de serviços sociais. A demanda pelo profissional aparece em primeiro lugar pela própria necessidade de desenvolver ações que auxiliem na reprodução da força de trabalho da empresa. Mas existem outras demandas que comparecem e são incentivadas ao longo da história, como por exemplo, a garantia da legitimidade da empresa perante a opinião pública diante de um cenário de aumento da miséria e da fome.

Na empresa, o assistente social está inserido em uma dinâmica que se estabelece ora para atingir os objetivos da empresa, ora para mediar as problemáticas dos empregados. Na lógica do empresariado, esse posicionamento interfere diretamente na produção, sendo assim, seu gerador de lucro. Como dito em passagens anteriores, o assistente social, se aprimora tecnicamente de acordo com a demanda da empresa, no que tange à administração de

benefícios sociais dos funcionários, modernizando práticas, com foco nas carências desses trabalhadores, compondo a equipe técnica dos recursos humanos.

O profissional de Serviço Social é chamado para atender os empregados, profissionalmente, como um prestador de serviços, sem concessões. Podemos dizer que essa característica é consequência da empresa moderna, ou seja, nesta dinâmica de atendimento, só são apresentados ao usuário alternativas e soluções que mais convêm aos interesses e finalidades da empresa e não necessariamente à real necessidade do trabalhador, uma vez que a atuação empresarial no cenário político, deve-se, principalmente, à necessidade de as empresas promoverem ambientes autorregulados para conseguirem atuar no mercado (FARIA e GUEDES, 2010).

A especialidade de cuidar de problemas gerais dos empregados é uma constante referência à ação dos assistentes sociais na empresa. Esse pressuposto da mediação, consiste na neutralidade técnica do profissional, que tem de ignorar os antagonismos de classe, tendo como principal função mediar a tensão do capital e do trabalho, isto é, da empresa x empregado. Neste contexto pragmático, os empresários obtêm a cumplicidade do Serviço Social para afirmar sua dominação, legitimando seu papel e ordem. Assim, o ideário profissional acaba por assumir o projeto empresarial, contrariando – muitas das vezes – o seu próprio projeto ético-político.

É de conhecimento do assistente social, que trabalha na empresa, que essa instituição é uma unidade de produção que objetiva o lucro. Com o lugar destes profissionais na divisão técnica do trabalho, os assistentes sociais têm de privilegiar os objetivos sociais da empresa, prestando serviços ao trabalhador, ressaltando o caráter lucrativo das empresas como uma particularidade daquela instituição acima da verdadeira demanda dos empregados.

Esses profissionais se colocam como defensores de uma ideologia assistencial, e a reprodução material dos empregados acabam por ver a dominação sobre a classe trabalhadora como uma condição para viabilizar o bem-estar social. Sua inserção na empresa, no que diz respeito ao trato de problemas sociais do trabalhador mediante uma requisição institucional, adota o trabalhador como o objeto da ação do Serviço Social. E isto é a conceituação da promoção humana, numa estreita relação com os objetivos da instituição, uma estratégia de manutenção do status quo.

Sendo assim, o assistente social identifica o empregado como consumidor de seus serviços, tendo como tarefa proporcionar-lhe condições para melhorar sua situação social.

Numa visão mais crítica da realidade, estes cobram do trabalhador uma postura mais “reflexiva” em relação à formação da sua consciência de explorado. Assim, a descrição da intervenção consubstanciada nos programas que desenvolve o assistente social, vem reforçar a hipótese de uma articulação da profissão para responder prioritariamente às exigências da empresa.

De acordo com uma pesquisa feita por José Arimatés de Oliveira, intitulada “Responsabilidade social em pequenas e médias empresas” (2013), os resultados apontaram que, embora haja uma tendência à responsabilidade social, as empresas apresentam evidências de grande atenção aos interesses dos acionistas, proprietários ou sócios, fato que inibe a ação da responsabilidade social para com as categorias restantes. Por isso, pode-se concluir que a problematização e a intervenção do assistente social são pautadas nos limites dos objetivos da empresa.

1.2 - A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O SERVIÇO SOCIAL

Segundo os estudos de Mota (1985), quando o trabalhador não tem suas reais necessidades plenamente atendidas pela remuneração, demonstra-se insatisfeito com o trabalho e conta com o apoio do sindicato e dos movimentos grevistas para que exerçam pressão sobre a empresa para que essas necessidades sejam atendidas. A partir dessa imposição da classe trabalhadora empresarial, são tomadas medidas para que ele possa reproduzir sua força de trabalho.

A partir de tal pressuposto, é possível tirarmos a conclusão de que as políticas assistenciais geridas pelas empresas não excluem completamente a participação do trabalhador na sua formação, apesar de as tomadas de decisão e o objetivo final seja os resultados empresariais serem exercidos pelo empregador (empresariado). Desta forma, preserva-se uma imagem de empresa humanista, por “ouvir” a demanda da força de trabalho sem abrir mão de seus interesses.

O assistente social, ao atuar na administração e na gestão dos serviços sociais da empresa, atende prioritariamente ao capital, porém, não exclui o atendimento ao trabalhador nos limites dados pelas condições objetivas existentes, sobretudo, pela empresa. Vale lembrar que, no capitalismo, a exploração de uma classe pela outra é condicionante para acumulação e reprodução do capital. Essa contradição do capital que – para acumular – deve explorar e, ao

mesmo tempo, contribui com a força de trabalho para que seja possível que a mesma se reproduza, criando a mais-valia, é discutida na obra “Relações Sociais e Serviço Social no Brasil” (IAMAMOTO; CARVALHO, 1995). No capítulo sobre a reprodução da força de trabalho, os autores (idem) destacam que para o trabalho ser caracterizado como produtivo não depende de seu conteúdo ou valor, mas, guarda intrínseca relação com a criação de mais-valia, isto é, o empregador capitalista emprega o trabalhador, que – por sua vez – além de produzir mais-valia através do trabalho assalariado, também repõe o capital investido anteriormente.

O suprimento das necessidades do empregado na criação de programas próprios, sem desconsiderar prioritariamente os interesses da empresa, é apenas um dos aspectos da prática social que se pode considerar enquanto manifestação da totalidade. Dentro deste contexto, o trabalhador é considerado como um dos usuários dos serviços prestados pelo Serviço Social da empresa, no sentido de considerar que a denominação usuário é restrita ao caráter imediatista de consumo. Ou seja, o trabalhador – no cumprimento de seus direitos e deveres no âmbito da responsabilidade social – terá as suas necessidades reais atendidas.

Destarte, o trabalhador aceita o objetivo é a posição da empresa como uma condição para assegurar o seu salário, isto é, não é o trabalhador em si que justifica a prática profissional na empresa, mas sim sua condição de força de trabalho contratada. Por outro lado, se há a impossibilidade de consumir o desejável para sobreviver e, principalmente, a imposição de submeter-se à exigência do capital, considera-se que os benefícios administrados pela empresa têm um papel de auxiliar no suprimento dessas carências, de caráter complementar.

Nesse sentido, Marilda Iamamoto e Raul de Carvalho (1995) chamam a isso de “salário indireto”, afirmando que a profissão do assistente social não está diretamente relacionada à criação de valor (trabalho improdutivo), mas, ainda assim, se relaciona com o processo de produção social. A ação do assistente social está ligada às condições da força de trabalho, bem como às políticas sociais. Por isso, sua força de trabalho funciona como salários indiretos, pois atendem necessidades do trabalhador que não são pagas pela sua força de trabalho. Esses benefícios não podem suprir todas as necessidades, mas podem amenizá-las, contribuindo para a realização dos objetivos da empresa.

Os trabalhadores da empresa, mesmo admitindo os benefícios como direito legítimo por trabalharem para a empresa, eles qualificam os benefícios como ajuda, ou “quebra-galho”,

ou algo melhor que nada. O Serviço Social na empresa, em princípio, é um serviço que por ser utilizado – e, somente por isso – torna-se identificável, caracterizando a ação como uma forma de ajuda. Essa terminologia pode apresentar dois significados: um voltado para a assistência material e o outro para a orientação social, um serviço voltado para amparar os objetivos empresariais. Nesse contexto, o Serviço Social subordina-se à realidade dos interesses da empresa, constituído pela ajuda, isto é, a promoção humana, como mecanismo de dominação ideológica do capital sobre o trabalhador. O assistente social, neste campo, é percebido como aliado da empresa e não como aliado do trabalhador. É nesse contexto que as empresas admitem:

A presença do assistente social numa empresa, antes de qualquer coisa, vem confirmar que a expansão do capital implica na criação de novas necessidades sociais. Isto é, a empresa, enquanto representação institucional do capital, passa a requisitar o assistente social para desenvolver um trabalho de cunho assistencial e educativo junto ao empregado e sua família. (MOTA: 1985, p. 16).

1.3 - A ORIGEM DO “SISTEMA S” E A CONSOLIDAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL EMPRESARIAL

Cada determinação de responsabilidade social expressa-se nos ditames da empresa, enquanto nosso requisitante institucional da profissão e do ideário profissional fundamenta-se nas referências teórico-práticas da profissão. Verificamos, assim, que a profissão acaba por se desenvolver na conservação, de um lado, a ideologia assistencial, de sua origem; e de outro lado, o aperfeiçoamento das suas formas de intervenção no atendimento das novas exigências da sociedade.

Por conseguinte, o Serviço Social pode ser considerado um prestador de serviços para as empresas – ainda que indiretamente – muito antes de compor seu quadro técnico na área de recursos humanos. Entidades patronais como o SESI e o SESC, por exemplo, são conhecidos empregadores de assistentes sociais com uma clientela composta por sua totalidade de trabalhadores assalariados. É evidente a contradição desse modelo em nossa prática profissional, uma vez que, ao mesmo tempo em que atribui o suprimento de carências do trabalhador, concorre à afirmação do poder do capital.

Dessa forma, é importante retomar a origem do termo “Sistema S”, que se refere às instituições prestadoras de serviço que são administradas de forma independente por

federações e confederações empresariais dos principais setores da economia brasileira. Embora este sistema consiste em prestar serviço de interesse público, essas entidades não têm ligação a nenhum órgão governamental. Seu surgimento data de 22 de janeiro de 1942, com decreto de Getúlio Vargas, que também criou o SENAI, a organização mais antiga do grupo. Esta fundação fez parte de uma tentativa no período chamado de Estado Novo no governo Vargas entre (1937-1945) em prol de avançar na industrialização do país, em busca de qualificar a mão de obra operária.

Com a queda do Estado Novo e a redemocratização, foram criados, em 1946, o Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (SENAC) e os serviços sociais da indústria e do comércio, SESI E SESC, que foram inspirados pela Carta da Paz Social, onde representantes patronais se comprometem a melhorar as condições de trabalho aos seus empregados. Feitas essas observações, a nova prática profissional procede da necessidade prioritária como forma de negação à prática convencional, baseada no desconhecimento do potencial negador da classe trabalhadora. Desse modo, o capital, na busca de consenso necessário à afirmação do seu projeto político de dominação, acata as necessidades do trabalhador, metamorfoseando-se sobre os títulos de carências e comportamentos da pobreza que interferem na produtividade.

Nesse processo de inserção do Serviço Social, a empresa espera que o trabalhador assumira deveres, como forma de gratidão e de moral alinhados aos valores da empresa, sendo concretizados com maior produtividade e disciplina do empregado, mesmo que o mesmo baixo salário seja mantido. Por isso, reforça-se que o objeto da ação social são as situações que interferem direta ou indiretamente na produtividade da força de trabalho, levando o assistente social a reiterar a filosofia humanista da empresa, que – dessa forma – não somente assume as rédeas do referencial da profissão, mas também os limites políticos de suas ações.

A ação cívica social, embora tenha origem na negação da situação do trabalhador, tem de afirmar também sua identidade com o projeto do capital, ao medir interesses de classe quando opera uma ação voltada para as formas de administração dialógica da desigualdade social. O trabalhador / empregado, geralmente qualifica a prática do serviço social como uma forma de ajuda no sentido restrito de minorar dificuldades em alterar situações do trabalhador. É observada, nesta dinâmica, a vantagem tirada pela empresa, uma vez que se tem maior produtividade da força de trabalho (MOTA: 1985, p. 16).

A consideração do potencial negador do trabalhador como a verdadeira requisição a que o assistente social deve responder constitui o principal para a construção da sua prática, assim como as demandas externas, como, por exemplo, o atendimento das empresas às comunidades circunvizinhas. Assim, o assistente social ainda é requisitado para atuar junto ao trabalhador, no que tange a interferência no trabalho e nas suas necessidades de subsistência e reprodução da força de trabalho. Junto às transformações vigentes, o Serviço Social é convocado a intervir em novos projetos e demandas, mais amplas e generalistas, fora do espaço físico da empresa, que requer uma ação profissional alinhada à filosofia e às diretrizes da empresa moderna, tão logo, na gestão do negócio.

CAPÍTULO 2 – INTRODUÇÃO À RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O conceito de responsabilidade social corporativa emergiu no início do século XX, quando as empresas capitalistas ainda não se preocupavam muito com o tema. Somente depois da década de 1950 é que o assunto ganha relevo nos planejamentos das empresas e universidades dos Estados Unidos e Europa.

No Brasil, por sua vez, na década de 1970, a ideia da responsabilidade social começa a ganhar as empresas, mas ainda sem uma sensibilização real dos empresários (ASHLEY, 2005). O que antes era entendido como ação filantrópica e individual (TENÓRIO, 2006), ao longo dos anos vai sendo convertido em ações empresariais organizadas. No contexto brasileiro, podemos dizer que a responsabilidade social só ganhará as atenções empresariais para ações de responsabilidade social, depois do término da ditadura e início da redemocratização. De acordo com Mota (1995), neste momento, é que a burguesia brasileira será obrigada a forjar uma nova modalidade de dominação social e política baseada agora no predomínio da hegemonia (consenso) sobre a violência, repressão e medo do Estado (Ditadura aberta).

A ampla desigualdade social existente no nosso país verifica grande relevância da responsabilidade social corporativa, uma vez que a opinião pública espera que as empresas possam de alguma forma atuar como agentes da mudança social e agir na construção de uma sociedade melhor – ainda que este não seja o objetivo principal da empresa (LOURENÇO; SCHRODER, 2003). Assim, com o objetivo de legitimar as ações empresariais perante um aumento substancial da desigualdade social no país, observa-se um considerável aumento do comprometimento das empresas com o assunto, principalmente entre as grandes empresas, uma vez que desenvolver a responsabilidade social corporativa significa também uma forma de manutenção positiva da imagem empresarial.

Posto isso, os autores Melo Neto & Froes (2001, p. 27) corroboram esta afirmação sobre a responsabilidade social corporativa, pois sendo vista como uma ação estratégica da empresa, almeja-se bom retorno econômico social, além de institucional e tributário-fiscal. No entanto, responsabilidade social corporativa – mesmo que também visam os lucros – ainda é a responsabilidade da empresa com a sociedade, o que compreende as diversas relações estabelecidas entre elas (ASHLEY, 2005). Ademais, a ideia de a cidadania estar conectada à concepção de responsabilidade social confirma-se por:

A responsabilidade social corporativa busca estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva. [...] As ações de responsabilidade social corporativa são extensivas a todos os que participam da vida em sociedade – indivíduos, governo, empresas, grupos sociais, movimentos sociais, igreja, partidos políticos e outras instituições. (Melo Neto e Froes: 2001, p.26-27)

A dita responsabilidade social e/ou sustentabilidade corporativa, do ponto de vista acadêmico, é um espaço de discussão em crescente desenvolvimento desde da década de 1950. Em termos empresariais, cada vez mais os balancetes, os relatórios periódicos das empresas e suas ações com o capital são importantes para reduzir a assimetria da informação entre as empresas e a sociedade.

Atualmente, é considerado que as empresas têm obrigações (hoje legais), de pensar as necessidades e desejos da sociedade a curto, médio e longo prazo. O que significa que as mesmas devem se dedicar às atividades que promovem benefícios que maximizem a qualidade de vida dos trabalhadores que hoje são mínimos e ações em sua produção que minimizem os impactos ambientais e sociais que são sem precedentes na história humana.

2.1 - A ORIGEM DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO MUNDO E NO BRASIL

Apesar das primeiras manifestações em defesa da responsabilidade social enquanto um equilíbrio justo entre os vários interesses dos públicos, dos consumidores, dos funcionários, dos acionistas haverem surgido no início do século XX, com os americanos Charles Eliot e Hakley e John Clark, já na Inglaterra, a expressão “responsabilidade social” nasce com o Oliver Sheldon (OLIVEIRA: 2000, p.2).

Oliver Sheldon (1923), em seu livro “The Philosophy of Management”, buscava alcançar a totalidade da administração, ou seja, uma correlação da posição da empresa frente à comunidade. Numa nítida tentativa de juntar a ética social com a prática da administração de empresas, Sheldon estabeleceu vários princípios que visavam dar o equilíbrio entre a abordagem científica da produção e a responsabilidade social da administração.

Nesse processo, o autor deixava claro que a mecânica da produção era secundária em relação ao elemento humano. Desse modo, o referido autor ampliou a abrangência do conceito de administração, fazendo com o que o mesmo não estivesse limitado à fábrica e à produção,

mas sim a um conjunto de princípios e valores considerados relevantes que gerassem impacto à sociedade. (ORCHIS; YUNG; MORALES, 2000, p. 4).

A nova direção da administração entrou em curso hegemônico, sobretudo após a Segunda Guerra Mundial, quando se viu uma cooperação intensa entre a indústria, o Estado e a comunidade, pautada na necessidade de reconstrução das nações, sobretudo europeias. Nesse período, podemos ver um crescimento de associações de indivíduos na sociedade, a exemplo dos sindicatos, igrejas e clubes políticos que tinham em sua agenda além de visar melhores condições de trabalho, desejavam uma melhor condição na própria sociedade. O conhecimento científico aplicado à administração, ancorados nas ideias de Oliver, começa a despertar a responsabilidade social nos objetivos das empresas. (ORCHIS; YUNG; MORALES, 2000, p. 4-6).

Um episódio que marcou o desenvolvimento da responsabilidade social nos estados unidos (coração do capitalismo) e no mundo, fora em 1953, marcado pela empresa *A.P. Smith Manufacturing Company*, que enfrentou embargos com seus acionistas que contrariavam a doação de recursos à Universidade de Princeton. Neste caso, a justiça americana estabeleceu a lei da filantropia corporativa, determinando que uma corporação poderia buscar o desenvolvimento social através de ações filantrópicas executadas por empresas. (ASHLEY; COUTINHO; TOMEI, 2000, p. 2-5).

(...) a filantropia é a doação de tempo individual ou dinheiro privado, sem compulsão, para benefício daqueles que estão fora da família, destinados a fazer melhorias na sociedade. Embora às vezes sejam difíceis de se separar do comportamento auto interessado, dos interesses pessoais e do lobby, as ações filantrópicas têm a intenção de melhorar o bem-estar dos seres humanos, aliviar a miséria ou melhorar a qualidade de vida por meio de atos pessoais de apoio. A filantropia compreende uma ampla gama de atividades, que vão desde doações individuais e coletas até fundações institucionalizadas. Quer se trate de obrigações comuns que criam um sentimento de pertença ou de laços comuns que formam a base da democracia, a doação individual de tempo e valores tem desempenhado um papel importante, não só na criação de relações interpessoais, mas também na formação de conexões societais. Desta forma, a filantropia relaciona-se estreitamente com o desenvolvimento de laços independentes que se tornam um baluarte para a sociedade civil. Em nível normativo, além disso, as atividades filantrópicas cumprem valores cruciais da sociedade civil: empatia, tolerância, apreciação do outro e envolvimento com questões sociais. No entanto, as investigações empíricas demonstraram que as normas de civilidade vão de mãos dadas com a busca de interesse e objetivos particulares. Como a sociedade civil, a filantropia é um termo e conceito multifacetado, ambivalente e até ambíguo (Witkowsky e Bauerkämper: 2016, p. 3).

Na década de 1950, é observada a discussão nos EUA, mais precisamente no meio empresarial e acadêmico, quanto à importância da responsabilidade social pelas ações de seus dirigentes e companhias. No início da década de 1960, o tema se popularizou de vez nos Estados Unidos. Os acontecimentos e transformações sociais deflagraram os problemas socioeconômicos do sistema de produção capitalista e, de certa forma, prepararam o ambiente para a aceitação da ideia dentro dos espaços corporativos.

Na década de 60 vários trabalhos de autores como Keith Davis (1967) e J. McGuire (1963), são publicados e as discussões em torno do conceito de responsabilidade social começam a se alastrar. Nesta fase predomina a visão de que a responsabilidade das empresas vai além da responsabilidade de maximizar lucros e incorporam-se a esta a necessidade de uma postura pública perante os recursos econômicos e humanos da sociedade e a vontade de ver esses recursos utilizados para fins sociais mais amplos e não simplesmente para os interesses privados dos indivíduos. (BERTONCELLO; JÚNIOR, 2007, p. 71).

Já na Europa, as ideias sobre responsabilidade social se pulverizam a partir da década de 1960, com artigos de revistas e notícias de jornais que refletem a novidade oriunda dos EUA. Durante esta década, os autores da Europa, entre eles, Kenneth Galbraith, Vance Packard e Rachel Carson, se destacaram apresentando os problemas sociais, assim como suas possíveis soluções. Ao final dessa década, nos Estados Unidos sobretudo, as empresas já tentavam “vender” preocupação com a questão ambiental e também com a divulgação da sua agenda nas atividades do campo social a fim de ganhar simpatizantes. (OLIVEIRA, 2000, p. 2).

Os grandes empresários passaram a tratar do assunto na década de 1970, discutindo quando e como a empresa deveria se colocar frente às suas obrigações sociais. Neste momento, a demonstração do fazer social e seus impactos na sociedade eram considerados extremamente importantes para o negócio e para a imagem empresarial.

Durante esse período, a doutrina da responsabilidade social se difunde e se consolida na Europa, tanto nos meios empresariais, quanto na academia. É observado também que, na Alemanha por exemplo, existe um rápido desenvolvimento sobre o tema, com cerca de 200 das suas maiores empresas, integrando, ao seu balanço financeiro, seus objetivos sociais já na metade da década. Contudo, são os franceses que dão um passo adiante ao tema, formalizando o assunto na mesma década e consolidando-se como primeiro país a ter como obrigação nas empresas a apresentação, em seus balancetes, do seu desempenho na esfera social, mais

precisamente junto a seus funcionários e a suas condições de trabalho. (OLIVEIRA, 2000, p. 2-3).

Já na década de 1980, o aumento das pressões sobre as empresas pela busca de inovações, principalmente no aspecto econômico e produtivo, por conta da grave crise do petróleo no início da década de 1970 fazendo com que o sistema capitalista tivesse de se reestruturar em sua produção com mudanças neoliberais nos rumos econômico-políticos do mundo ocidental sobretudo. e a desponta-se como terreno fértil para discussão e difusão das ideias e teorias acerca da responsabilidade social. Mais intenso, nos países em via de democratização e/ou redemocratização política, esse tema passa a ser associado com a ética empresarial e com a qualidade de vida no trabalho e do trabalhador.

Agora com um arcabouço maior, já com participação de diversos autores tratando sobre o assunto, a responsabilidade social, na década de 1990, se mostra como amplo terreno de discussão e tratativa das questões éticas e morais nas empresas.

Assim, podemos incluir a questão ambiental, a educação e as grandes diferenças que se mostram pela desigualdade social e suas injustiças, o que engendra o modo de significar a definição do papel das instituições frente a essas questões, muito mais pelo receio de uma fissura social com revoltas e greves e antipatia de acionistas e clientes que por uma ressignificação do papel destas instituições. Hoje, o tema “Responsabilidade Social nas empresas” assume um aspecto ético-empresarial muito forte e cada vez mais presente na predeterminação do negócio a ponto de se transformar em uma doutrina empresarial, onde, sem a presença dela, não há produtividade, não há sucesso, não há lucro (DE BENEDICTO, 2002).

Um tema que vem ganhando evidência com o passar das décadas é o debate acerca do seu desenvolvimento e sua implantação no Brasil, impondo desafios, trazendo emergências e diagnósticos para o enfrentamento e superação dos problemas sociais, que já não são mais toleráveis pela sociedade frente aos grandes lucros empresariais.

Outrossim, a convivência com tantos desenvolvimentos tecnológicos e avanços importantes à emancipação humana são um contraste com a degradação e desapropriação da mesma, como o crescimento da pobreza e da miséria em níveis cada vez mais alarmantes, à medida que o sistema capitalista se expande e se transforma., uma vez que, quanto mais é produzida é a riqueza, mais ela é concentrada.

A Responsabilidade Social nas empresas do Brasil ainda é composta de muitos paradigmas e desafios. As ações voltadas ao voluntariado e à filantropia, pela iniciativa privada e pelo terceiro setor, não têm tido a necessária efetividade na melhoria das condições de vida da população em vulnerabilidade social, não obstante da própria classe trabalhadora, que tem como objetivo, transformar a realidade social.

No Brasil, a gravidade da questão social e a demanda por alternativas para o seu enfrentamento tem sido alvo de preocupações dos acionistas das empresas, uma vez que o Estado passa a não absorver e/ou repassar essa responsabilidade para a sociedade civil. Esses problemas, em geral, são trazidos para o campo teórico, como a discussão sobre a responsabilidade social nas empresas.

Nesta abordagem, as empresas não deixariam de incluir o lucro como objetivo, porém, ao invés de priorizar a maximização de lucros de curto prazo as organizações deveriam buscar lucros de longo prazo, obedecer às leis e regulamentações, considerar o impacto não-mercadológico de suas decisões e procurar maneiras de melhorar a sociedade por uma atuação orientada para a Responsabilidade Social Empresarial. (BERTONCELLO; JÚNIOR, 2007, p. 73)

Podemos dizer que tal movimento se fez presente no país de forma contundente e com significativa repercussão nos anos 1980, com – o podemos parafrasear – o chamado capitalismo tardio, uma vez que responsabilidade social já se fazia como realidade nos anos 1960 nos países de economias ditas centrais. O que reflete sua propagação lenta, carregada de políticas tradicionais e filantrópicas e sua visão como um assistencialismo de pouco impacto faz com que a discussão tenha poucas referências e notoriedade ao tratar da Responsabilidade Social no país.

Assim, faz-se necessária uma discussão que ainda está sob constante construção e evolução, mas ainda se limitando a esta dimensão. Vale acrescentar, que tal “caráter tardio”, se faz presente mais por aspectos políticos que até mesmo econômicos, vivíamos uma ditadura e a relação do Estado e seus grandes financiadores (empresas), a dominação/ pacto social era conquistado através da força e repressão e não pela construção de uma hegemonia do consenso.

Ao longo dos anos 1980 e 1990, no Brasil, período de redemocratização, abertura econômica e direitos sociais conquistados com uma nova constituição, a de 1988, a Responsabilidade Social passou a entrar na pauta do empresariado brasileiro, assim como foi

inserida gradativamente ao meio acadêmico, com reflexões e discussões sob o tema dentro e fora do país. Mais profundamente, observa-se que, ao estudar o caso brasileiro, nos deparamos com peculiaridades que trazem a emergência da nossa questão social e seus graves problemas, tendo como papel fundamental a responsabilidade social, uma ferramenta de enfrentamento.

Entende-se que as empresas têm capacidade de enfrentar parcialmente as expressões da questão social, uma vez que o tema está em congruência aos seus objetivos econômicos, não há circulação ou venda sem potenciais compradores. No país, com a abertura econômica e privatizações mais precisamente a partir da década de 90 e injeção de capital estrangeiro, essa temática ganha força e prumo, uma vez importadas tais especificidades da responsabilidade social internacional. Dessa forma é visto:

(...) como um compromisso (...) com relação à sociedade e à humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação e no uso de recursos que originalmente não lhe pertencem. (MELO NETO E FROES, 1999, p. 84).

Verifica-se que programas sociais, políticas públicas, ações focais, programas e projetos com intuito de amenizar as desigualdades e enfrentar a extrema pobreza que assola o país são de responsabilidade do Estado. Na sua carência, a chamada filantropia empresarial, por meio de doações e investimentos dos grupos empresariais, se organiza junto ao terceiro setor, tendo legitimidade de um Estado limitado, para suas ações no enfrentamento às expressões da questão social e a minimizar demandas sociais.

Logo, como mencionado anteriormente, vê-se a preocupação das empresas, a promoção de sua imagem, e os impactos de suas ações à responsabilidade social, sendo esperado maior retorno financeiro e mesmo impacto social, preocupando-se, assim, com a sustentabilidade do projeto e mais lucratividade ao negócio.

É evidente que, no Brasil, as demandas sociais perpassam as necessidades básicas, que não são suprimidas pelo Estado, nem mesmo pelos baixos salários pagos pelo empresariado, que tem constitucionalmente como obrigação a assistência social, que é direito do cidadão e dever do estado (Lei 8742), porém, na prática, não fazem as políticas públicas necessárias para garantir um patamar mínimo de equidade social na sociedade brasileira. É, então, nesse limbo, que entra a iniciativa privada do segundo e terceiro setores.

Quando analisamos o caso europeu, estadunidense e brasileiro, frente a frente, verificamos que enquanto nos dois primeiros a responsabilidade social se transforma em pauta organizacional, por questões ambientais, éticas e direitos do consumidor; no Brasil e em outros países em desenvolvimento, são provocadas outras demandas, mais profundas e especificamente urgentes no que tange às expressões da questão social local.

Um dos marcos do surgimento da responsabilidade social no Brasil aconteceu em 1977, quando alguns empresários cristãos se uniram para fundar uma associação, Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE). Essa entidade se firmou como norteadora do pensamento social-cristão, onde se congregava e debatia possíveis alternativas aos empresários para transformar o ambiente de trabalho e de seu pessoal, de modo a contribuir para uma sociedade mais humanitária e preocupada com a justiça social.

A ADCE ficou marcada por ser a primeira a lançar um debate sobre balancete social, embora seu resultado só tenha sido apresentado à sociedade na década de 80, em parceria com a empresa Nitrofértil. Em seguida, outro balanço social teria sido feito pelo Banco do Estado de São Paulo (Banespa).

Ainda na década de 1980, mais precisamente em 1982, foi criado o prêmio *ECO-Empresa e Comunidade* para empresas que desenvolvessem projetos sociais com o intuito de promover a cidadania. A empresa ganhadora seria reconhecida e teria seu trabalho divulgado, reconhecendo seus esforços e seu papel na sociedade, em cinco categorias, das quais: cultura, educação, participação comunitária, educação ambiental e saúde.

Poucos anos depois, com a missão de promover o diálogo e o entendimento em consonância com o desenvolvimento humano e promoção social, entre várias instâncias, que compõem a sociedade, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), reuniu empresários de São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Rio grande do Sul, com debates e conferências de níveis nacionais e internacionais, sobre a responsabilidade social das empresas e suas perspectivas para o ramo.

O terceiro setor, para financiar essa empreitada que trata de um debate ainda em formação sem conclusão no que cerne à definição de suas competências, utiliza dentre outras formas, recursos que são oriundos de pessoas físicas, assim como jurídicas. Tais recursos se originam de empresas, com o objetivo de produzir e reproduzir bens e serviços sustentáveis, públicos, que respondam às demandas da sociedade sem findar lucros, com o objetivo fixado em atender as carências sociais que afetam a maior parcela da população.

Uma discussão com trocas de experiências sobre ações que pudessem contribuir para diminuir as desigualdades sociais no Brasil, em 1989, reuniu empresários em parceria com a Câmara de Comércio de São Paulo e com outros agentes da sociedade, resultando na criação de um subcomitê de filantropia que, já em 1995. Essa ação resultou na criação do Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (GIFE), formado sobretudo por empresas de origem privada. Por meio da difusão de conceitos e práticas de gestão que otimizam da melhor forma os recursos que seriam aplicados no desenvolvimento de ações e projetos de bem-estar e programas sociais, seus objetivos eram instrumentalizar e qualificar tecnicamente as empresas, as fundações empresariais e os indivíduos que quisessem realizar investimentos na área social.

Protagonizado sobretudo pelos institutos e fundações de origem empresarial, o investimento social é constituído por pessoa jurídica, sendo, inclusive, elegíveis a deduções de incentivos fiscais. O Governo Federal, pela Lei das OSCIPS, N° 7.790/1999, ou pela Lei N°35/1991, autoriza as empresas tributadas em regime de lucro real a deduzirem até 2% do lucro operacional bruto em doações, desde que destinadas a entidades sem fins lucrativos ou entidades declaradas como de utilidade pública.

Com a missão de promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania das crianças e dos adolescentes, mobilizando e articulando a sociedade civil e o poder público, foi fundada, em 1990, a Abrinq, uma entidade de utilidade pública federal, mantida também por recursos de empresas, dentre outros, e não tem fins lucrativos. A entidade apoia vários projetos, dentre eles, o Programa Empresa Amiga da Criança e o Selo Empresa Amiga da Criança. Com atuação pautada pela Organização das Nações Unidas (ONU), pela Constituição Federal do Brasil de 1988 e pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), de 1990, tem iniciativas que procuram engajar empresas em uma atuação social, em especial na prevenção e no combate ao trabalho infantil.

Por meio de uma parceria do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), uma organização não-governamental e sem fins lucrativos, criada em 1981, pelo Sociólogo Hebert de Souza, que, em parceria com o jornal Gazeta Mercantil, lançou o Selo do Balanço Social. Representando um marco, mobilizando todo o país contra a fome que assolava grande parcela do país, através da campanha Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida, em 1993. A partir daí, outras empresas passaram a publicar o Balanço Social, mas só alcançaram maior visibilidade nacional em 1997 por meio do Ibase.

Podemos afirmar que o Balanço Social, já é utilizado por um bom número de empresas, espalhadas pelo Brasil, de diversos perfis de negócio, contudo, somente no Estado de São Paulo tem caráter obrigatório em empresas privadas com mais de 100 funcionários, legitimado por lei, pelo projeto de Lei N° 3116/1997. Mas tal obrigação da apresentação do balanço torna-se passível de questionamentos, uma vez que não é realizado por uma verdadeira mudança de postura da cultura empresarial e da sua humanização frente à sociedade e seus colaboradores, mas por uma questão de obrigação legal, apesar de demonstrar um avanço a pauta de responsabilidade social das empresas brasileiras e a atuação na área social. No ano de 2021, por exemplo, a isenção fiscal de empresas deve atingir $\frac{1}{4}$ da arrecadação da União, informação divulgada pela Revista Isto é Dinheiro, na matéria “Isenções Fiscais do Governo Federal devem atingir $\frac{1}{4}$ da arrecadação” publicada no dia 30 de abril de 2021.

O governo federal pode deixar de arrecadar o montante de R\$351 bilhões em benefícios fiscais concedidos a empresas. O cálculo foi feito pela Federação Brasileira de Associações de Fiscais de Tributos Estaduais (Febrafite) com dados da Receita Federal e divulgado pelo G1 (Isto É Dinheiro, 2021).

Com o objetivo de oferecer condições de desenvolvimento humano a crianças e adolescentes, foi fundado em 1994, uma organização não governamental de origem privada, promovendo o desenvolvimento pleno dessas crianças para se tornarem potenciais cidadãos, por meio da criação, da implementação e da disseminação de métodos, técnicas e instrumentos de atuação social, podemos dizer, tecnologias sociais, em parceria do setor privado e/com setor público. Tal organização é o Instituto Ayrton Senna – que lidera ações no setor educacional também –, que obtêm recursos para o projeto de duas formas: alianças estratégicas com empresas do setor privado, assim como, do licenciamento da marca e da imagem do Ayrton Senna e do Senninha.

É indicado um movimento, uma mobilização em direção à atuação social dos três setores da economia, seja desenvolvendo e apoiando projetos sociais próprios ou junto a comunidades, buscando desenvolver ações voltadas à tentativa de minimizar os impactos de ordem social, a considerar as expressões da questão social no sistema econômico vigente.

No que tange o conceito de responsabilidade social no Brasil, baseado em valores éticos e universais, é possível resgatar sua essência e capacidade de alcance e mobilização,

com indicativos de compromisso social, agenda cidadã, que em nosso país, temos como parâmetro e vem sendo tratado essa questão pelo Instituto Ethos.

Uma associação de empresas interessadas em desenvolver suas atividades de forma socialmente responsável foi criada em 1998, o Ethos, por meio do desenvolvimento de atividades de mobilização, articulação, assistência técnica e comunicação. A partir de conferências, debates e discussões sobre a temática, em um permanente processo de avaliação e monitoramento, busca o aperfeiçoamento de suas ações. Para o Ethos, a responsabilidade social tem como base a condução de sua organização que a torne parceira ou/e corresponsável pelo desenvolvimento social.

A empresa que busca a Responsabilidade Social deve possuir capacidade de escuta para ouvir os diversos interesses de todas as partes envolvidas direta ou indiretamente de suas ações (acionistas, funcionários, prestadores, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente). Além disso, ela deve conseguir inserir tal agenda em seu planejamento e em suas atividades, em busca de atender as demandas, provenientes dos interessados, mas não somente dos proprietários e acionistas.

Podemos dizer que essa conceituação fornecida pela Ethos, é sem dúvida, um certo resgate a gestão de Responsabilidade Social vinculada inicialmente pelos *stakeholders* (aqueles com interesse), em sua essência, um comportamento vinculado à ética e à transparência, socialmente responsável, baseando-se sob princípios e valores que dão as diretrizes de suas ações e suas relações, respeitando e dando suporte a todas as partes interessadas. Assim sendo incorporado, os diferentes tipos de interesses à gestão da empresa e do negócio servirão como principal orientação, na promoção do desenvolvimento social e econômico.

Ao analisar o *site* e os dados institucionais, é verificado que a missão do Ethos, além de disseminar a prática da responsabilidade social em empresas privadas, é também, de certa forma, ajudar essas empresas a se centralizarem quanto a incorporação tanto do conceito quanto do comportamento socialmente responsável, implementando políticas, programas e projetos associados a critérios éticos e responsáveis, demonstrando aos diretores e acionistas de tais empresas a relevância mercantil e social econômica de tais comportamentos socialmente responsáveis, buscando um desenvolvimento sustentável, com retorno a médio e longo prazo desses investimentos realizados, assumindo, desde o início do projeto, a responsabilidade com aqueles que são e serão impactados por essas atividades.

Podemos destacar a preocupação em identificar e apontar formas de inovação comprovadamente eficazes de atuação em parceria com as comunidades próximas que são impactadas direta ou indiretamente pelas ações das empresas, na construção do bem-estar comum. Assim, são unidas tais necessidades e interesses para avançar no caminho do desenvolvimento social, econômico e ambiental.

As transformações que o capitalismo passou, principalmente do século XX ao século XXI, reestruturando o setor produtivo, culminando na globalização do capital e produzindo riquezas em uma escala jamais vista, é proporcionalmente igual a uma pobreza e desigualdade também jamais vista. É nesse contexto de consequências negativas e impactos negativos do sistema produtivo capitalista que a responsabilidade social se coloca com o papel de amenizar e transformar socialmente e economicamente a população que agoniza com velhos e novos problemas sociais, que não só atingem países periféricos, como os países ditos centrais, ricos e desenvolvidos. Busca-se, assim, redirecionar os valores que regem a vida no capitalismo, cuja tentativa contrabalança o lucro acima da vida, porém o que é assistido apesar de novos conceitos são problemas típicos do sistema que se avolumam.

Parcela significativa da sociedade suplica pelo combate à indiferença do estado e das empresas, e o cliente, por sua vez, também exige que suas marcas e empresas busquem valores éticos universais e tratam da natureza que ele tanto explora. A Responsabilidade Social, que vem sendo questionada, ganha outra dimensão de importância como agente provedor da mudança, do desenvolvimento social e econômico e de responsabilidade cidadã, que passa a ter uma importante significação e contribuição à comunidade, sobretudo à sociedade como um todo é evidente que tal dimensão está longe de atingir as reais demandas sociais, ambientais e econômicas, porém sua discussão trás luz a uma discussão antes ignorada ou suplantada.

A prática da Responsabilidade Social das empresas no Brasil ainda é engendrada e focada em ações filantrópicas e de voluntariado, que se revela em uma ação meramente assistencialista, paternalista e emergencial, com intervenção focal e sem grandes impactos sociais ou econômicos. Por outro lado, as leis de incentivo fiscal mostram que essas ações não são tão desconectadas da atuação do Estado. Ainda assim, embora, de certa forma, minimize a pobreza, a miséria e a violência de alguns corpos, a atuação sobre as expressões da questão social no Brasil, onde possui suas peculiaridades e são mais impactantes, contribui com a reprodução e manutenção da situação social.

Significa, então, uma postura voltada ao compromisso e à harmonia com a sociedade e a dignidade humana, buscando ser responsável e comprometido com os problemas sociais que assolam o país e que, muitas das vezes, são consequências de suas próprias ações. Construindo estratégias de enfrentamento a essas consequências e efetivamente melhorando as condições de vida de seus trabalhadores e da comunidade, contribui-se com a sustentabilidade da sociedade como um todo e, conseqüentemente, com a sustentabilidade dos negócios.

Tendo em vista que o movimento de responsabilidade social no Brasil ainda atravessa seu início de legitimidade, configurando-se ainda como um primeiro momento, é preciso levar em consideração todas as problemáticas envolvidas aos interesses secundários e à burocracia estatal. A Responsabilidade Social no setor privado, portanto, vem se reconfigurando e ganhando terreno próprio, no sentido de ganhar importância e poder decisório para o enfrentamento da questão social brasileira. Tais avanços não se fazem por mera transformação, ou por um profundo impacto social, econômico e ambiental, mas se faz frente à inércia empresarial brasileira e parasitária. Por isso, entendemos que se faz necessária essa direção na condução dos negócios e da própria construção da cultura empresarial socialmente responsável.

Apesar deste panorama com efeitos tardios e conservadores, podemos vislumbrar que discussões acerca de uma postura mais progressista e transformadora socialmente vieram do campo empresarial e também acadêmico, buscando uma ruptura com a postura dita filantrópica, voluntária e conservadora.

Para isso, entendemos que as empresas brasileiras precisam incorporar tal filosofia da responsabilidade social, na gestão empresarial e nas pessoas que coordenam as ações administrativas, de pessoal e orçamentárias, com o compromisso socialmente responsável no enfrentamento e combate real aos problemas sociais desenvolvidos tanto pelo sistema capitalista quanto pela própria ação empresarial, fabril etc., além de engendrar tais ações em conjunto com a sociedade civil e o estado rumo ao desenvolvimento social, econômico e ambiental do País.

2.2 - CONCEITOS RELATIVOS À RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social se expressa como o relacionamento ético da empresa com todos os grupos de interesse que a influenciam direta ou indiretamente assim como são impactados pela atuação da mesma. No caso das ações sociais voltadas para a preservação do meio ambiente, como a empresa está inserida na sociedade, pode-se visualizar uma interdependência entre os atores. Já no âmbito da comunidade, esta responsabilidade é traduzida na prática de ações concretas que tragam algum tipo de benefício à sociedade e devolvam, criem ou recriem as condições necessárias para o desenvolvimento crescente da cidadania, constituindo-se assim, como uma empresa cidadã. Tais definições a respeito da responsabilidade social possuem estreito vínculo com o conceito de cidadania e, mais particularmente, com a cidadania participativa.

A cidadania participativa nada mais é que um exercício diário, ou seja, por meio do engajamento, da mobilização, da conscientização, e em especial do sentimento de fazer parte enquanto ator social. (VIEIRA:2013, p. 187).

A cidadania empresarial se faz entender, principalmente, por uma ação proativa que as organizações da sociedade civil devem ter diante dos diversos problemas que a comunidade apresenta como demanda, agindo de forma interventiva e assumindo-os como entes dotados de responsabilidade cívica. O que podemos afirmar é que as corporações têm responsabilidades semelhantes a um único indivíduo. A cidadania empresarial pode, então, ser compreendida como a relação de direitos e deveres entre empresas em seu âmbito de relação e atuação direta ou indireta. Em outras palavras, trata-se de um conceito com múltiplas facetas, que aproxima o interesse aos negócios e à sua imagem, frente aos investidores e seus interessados ao da sociedade como um todo.

O termo Responsabilidade Social nem sempre é entendido da mesma forma por diferentes atores sociais. Para muitos, representa a ideia da responsabilidade ou obrigação legal; enquanto, para outros, indica um comportamento mais humanizado das empresas, ou um comportamento ético, socialmente consciente, ou até mesmo uma perspectiva empresarial caridosa. Para algumas empresas – e isso se vê em crescimento –, trata de uma espécie de dever comportamental, impondo aos empresários e gestores de recursos humanos das empresas, padrões mais altos de comportamento que são expressos em valores e diretrizes

ditadas pela empresa, exigências essas que são vistas como mais criteriosas para a empresa que para com os cidadãos. (BENEDICTO, 2008)

Já é, de certa forma, consensual que não existe um conceito único para a responsabilidade social. Todavia, pode-se destacar três aspectos comuns que são tidos como referências e até como essência da ciência em responsabilidade social: a ampliação do alcance da responsabilidade da empresa, que não se limita mais somente aos interesses dos acionistas; a mudança na natureza das responsabilidades que ultrapassam o âmbito legal e envolve as obrigações morais ditadas pela ética; a adequação às demandas sociais no fornecimento de produto, serviços de qualidade, preço mais justo sem prejudicar o meio ambiente, numa postura transparente e ética da empresa que se coloca a dispor de ações sociais na forma de doações/patrocínios à saúde, educação, artes, esporte, trabalho, etc. (BENEDICTO, 2008)

As ações de responsabilidade social nas empresas vão de encontro do capital com as suas finalidades, na busca de superar a distância entre o social e econômico de forma sustentável, com proposta de resgatar uma função social e promover sua imagem frente às concorrentes e à presente demanda.

Destarte, a definição de responsabilidade abarca a obrigação de responder pelas ações próprias ou dos outros. É estar comprometido com uma missão, causa ou ideia baseada em valores considerados relevantes pela cultura social local. É desejada e de interesse comum, a prática socialmente responsável pelas empresas quando esta se faz como valor e objetivo integrante da empresa.

A adoção de uma prática socialmente responsável pode se fazer a partir de uma convicção pessoal, ou por concepção grupal, mas sempre havendo uma demanda latente ou expoente que deve ser analisada por um estudo social, parecer ou laudo para entender a dinâmica e a realidade desta ou daquela comunidade, indivíduo ou grupo focal para a ação. Feito isso, é necessário um trabalho interno na empresa, objetivando produzir uma cultura empresarial sob a responsabilidade social. Caso haja, na empresa, uma subcultura pautada em paradigmas contrários à prática de Responsabilidade Social, certamente, terá dificuldades para processar tal conceito e, muito provavelmente, terá dificuldades ao concorrer com empresas do mesmo setor que aplicam tal conceito.

O desenvolvimento da comunidade na qual está inserida, a preservação do meio ambiente, uma comunicação transparente e humanizada tanto internamente quanto externamente, o investimento no ambiente do trabalho, a inclusão de políticas internas à

promoção social, no bem-estar dos funcionários, o retorno aos acionistas, a satisfação dos clientes, os investimentos em educação, saúde são exemplos de ações que caracterizam a responsabilidade social nas empresas.

2.3 - CARACTERÍSTICAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Podemos dizer que as empresas repensam seus impactos diante de seu ponto focal, sua margem de lucro, porém, é evidente que a medida que sua imagem é ligada proporcionalmente a seu desempenho no mercado, na medida que se é exigido pelo mercado e sociedade a chamada responsabilidade social, as empresas privadas e estatais criam políticas e ações (códigos internos, leis de incentivo fiscal) para a manutenção de suas imagens para o mercado e seus clientes e conseqüentemente a sustentabilidade do negócio.

Ao longo dos anos, a sociedade civil e o Estado perceberam a responsabilidade que as empresas possuem na sociedade, contribuindo para que esta se desenvolva. Sendo assim, por mais que as empresas possuam como foco principal a garantia de lucros dos seus sócios, algumas delas passaram também a agir de maneira responsável, no atendimento à sua responsabilidade social e solidária. Assim, uma empresa deve ser uma instituição que contribui para o desenvolvimento social, através da busca pelo atendimento aos interesses dos seus empregados, dos tributos, dos consumidores e sociedade como um todo. Assim, as ações que visam o bem-estar comum demonstram essa responsabilidade social e solidária que as empresas devem possuir.

A Responsabilidade Social tem ocupado cada vez mais espaço nas agendas das empresas e não obstante tem se tornado requisito para sua sobrevivência em um mercado cada dia mais competitivo. O consumidor final neste universo capitalista tem estado cada dia mais exigente na escolha de um produto ou serviço, pois já não se observa mais apenas a qualidade e seu preço, mas também sua origem ou origens do produto/serviço, valores e missão destas empresas, se estas são ou não comprometidas com a sociedade e qual sua contrapartida a esta mesma sociedade frente a seus lucros.

É natural em um ambiente de livre concorrência, que o consumidor moderno se mostre mais informado e crítico, uma vez que tem inúmeras opções para atingir suas necessidades e alcançar seus interesses. Para atender seu público e promover sua imagem, deve-se desenvolver ações que enaltece sua preocupação com a responsabilidade social.

Ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais – implica ir mais além através de um ‘maior’ investimento em capital humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais. (COMISSÃO DE COMUNIDADES EUROPEIAS: 2001, p.7).

Assim, as empresas que buscam ser socialmente responsáveis devem fazer além do que manda a obrigatoriedade prevista em lei para se destacar positivamente, elaborando ações sociais e ambientais responsáveis, verificando que é seu dever promover socialmente a sociedade e preservar a natureza das quais a própria empresa se apropria. Em cenários complexos e exigências variadas as ações para benefício social e ambiental de responsabilidade podem ser desenvolvidas e empenhadas em diversas frentes.

O Blog FIA, ao caracterizar a responsabilidade social, sua importância e exemplos, descreve que, ao longo de seu desenvolvimento, surgiram três tipos de responsabilidade social na sociedade capitalista: Responsabilidade Social Empresarial, Responsabilidade socioambiental e Responsabilidade corporativa.¹

A primeira, a Responsabilidade Social Empresarial está intimamente ligada a uma gestão ética e transparente que a organização deve ter com as partes que são, direta ou indiretamente, ligadas: funcionários, fornecedores, clientes, a comunidade local, sociedade e meio ambiente que estão inseridos, para minimizar seus impactos negativos. Já a Responsabilidade Socioambiental está intimamente relacionada com práticas de preservação do meio ambiente, em práticas como usar materiais reciclados, reflorestamento, entre outros. Essa responsabilidade é assegurada pelo ISO 14000, por exemplo, um selo criado pela Organização Nacional de Padronização, com uma série de normas e diretrizes que as empresas devem seguir para preservar o meio ambiente.

E, por fim, a Responsabilidade Corporativa, parecida com a responsabilidade empresarial, a responsabilidade corporativa está ligada às práticas econômicas éticas e transparentes que uma organização precisa ter para com a sociedade em que está inserida e seus funcionários.

A responsabilidade social corporativa diz sobre a empresa ter um compromisso com o seu desenvolvimento econômico promissor e ético, para gerar uma melhor qualidade de vida a sociedade e comunidade local em que está inserida, justamente para compensar seus impactos

¹ Conforme acessado em 20 de Janeiro de 2021 no endereço: fia.com.br/blog/responsabilidade-social/

negativos sociais, ambientais e econômicos para esta mesma sociedade e comunidade da qual esta empresa se apropria para gerar lucro. Isso diz, por exemplo, sobre gerar novas oportunidades de emprego e atuação na educação local. A diferença entre a responsabilidade social corporativa e empresarial, é que a empresarial amplia seu campo de atuação econômico, chegando a fornecedores e clientes, por exemplo.

A título de exemplos de responsabilidade social, podemos citar as doações voluntárias, as políticas de meio ambiente e a gestão trabalhista justa, ou seja, trata-se de doações voluntárias quando empresas estimulam seus funcionários a praticarem caridade de diversos tipos, como a ajuda para crianças órfãs e carentes, apoio a deficientes e idoso, entre outras; de políticas que beneficiam o meio ambiente, quando existem empresas que investem em atividades como reflorestamento, reciclagem, preservação de áreas prejudicadas, etc.; e de gestão trabalhista justa, se empresas que promovem atividades para melhorar as condições de trabalho e o bem-estar dos funcionários, como salários justos, planos de carreira, apoio às famílias dos colaboradores, entre outras.

Três levantamentos diferentes, realizados por três anos consecutivos, identificaram a crescente preferência do público por empresas comprometidas com um impacto socioambiental positivo. No primeiro resultado, relativo a 2013, 50% dos entrevistados disseram estar dispostos a pagar mais por produtos e serviços que vêm dessas marcas. Em 2014, eles eram 55%. Um ano depois, ocorreu um salto para 66%. Na pesquisa, cinco ações receberam destaque por parte dos compradores: atuar no combate ao trabalho infantil; tratar funcionários da mesma forma, independentemente de raça, religião, sexo, identidade de gênero ou orientação sexual; investir em programas de contratação de pessoas com deficiência; contribuir para o bem-estar da comunidade onde está localizada; e oferecer boas condições de trabalho.

Nesse sentido, a responsabilidade da empresa gera seus impactos sociais, uma vez que ela nasce do desejo das empresas de adquirirem respeito e admiração da sociedade e se auto promoverem por se demonstrar diferentes e compensar seus lucros sob a exploração do trabalhador e do meio ambiente. Essa responsabilidade perpassa a ética que direciona as ações e relações com todos os públicos com os quais se relaciona, sejam eles clientes, funcionários, investidores, representantes governamentais, ou comunidades localizadas próximas às dependências da empresa. Assim, buscam superar até mesmo as obrigações legais da empresa

e suas práticas filantrópicas, apoiando ações mais impactantes, com significativa mudança em sua atitude e com forte poder de repercussão.

Neste contexto, como afirma Ferreira (2005, p. 175), o mercado global tem exigido das empresas um comportamento que seja mais ético e transparente, para que o foco seja direcionado aos aspectos sociais e ambientais, pois só assim – visando a um desenvolvimento econômico sustentável – a responsabilidade social nas empresas ganhará cada vez mais importância.

As empresas se veem em uma postura mais preocupada com valores éticos e a busca por um melhor ambiente interno e externo, com metas e resultados baseados em um código de ética que tenha consideração e atinja todos os públicos que se relacionam ao negócio direta ou indiretamente. Tais atitudes, podemos assim dizer, com o cuidado ao meio ambiente e promoção à saúde, acabam por colaborar com a formação de uma imagem positiva e humanizada da empresa que se intitula como cidadã, voltada agora para um consumidor também cidadão, consciente. Assim, essas ações estimulam o engajamento das comunidades onde as empresas atuam, para a melhor realização de seu trabalho, entre outros benefícios e melhorias. Neste mesmo sentido, o Instituto Ethos (2009) define a responsabilidade social empresarial como:

a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (Instituto ETHOS, 2009).

Duarte e Dias (1986, p. 114) afirmam que “é claro que numa sociedade informada e crítica como a atual, uma postura socialmente responsável constitui a melhor base para uma sólida imagem e para a aceitação social da empresa”. Fato é, as empresas não devem ser criadas apenas para explorar recursos humanos, econômicos e ambientais, ela deve ter como missão compensatória a sociedade um papel de desenvolver socialmente a comunidade e seus espaços impactados por suas ações.

É de entendimento comum que toda empresa que se intitula empresa cidadã incorpora, em seus valores e expectativas, a ética empresarial como base e pré-requisito de suas ações e planejamento como aporte fundamental para elas. Estes valores são engendrados por um

conjunto de princípios éticos que norteiam a produção e a reprodução de ações e atitudes, voltadas para a melhora da qualidade e para o respeito ao consumidor (seu cliente) e ao meio ambiente (matéria-prima), envolvendo também o respeito para com todos seus agentes que se relacionam direta ou indiretamente com a empresa.

A participação das empresas privadas em busca de solucionar demandas e necessidades – antes não tão interessantes pelas partições privadas – passam a ser tornar ativas em suas agendas, tanto pela dimensão quanto pelas demandas sociais que afetam direta ou indiretamente toda a cadeia e suas atividades. Mendonça (2000, p.6) afirma que:

Embora alguns defendam que a responsabilidade das empresas privadas na área pública limita-se ao pagamento de impostos e ao cumprimento das leis, crescem os argumentos de que seu papel não pode ficar restrito a isso, até por uma questão de sobrevivência das próprias empresas. Outro argumento é o fato de que adotar posturas éticas e compromissos sociais com a comunidade pode ser um diferencial competitivo e um indicador de rentabilidade e sustentabilidade no longo prazo. A ideia é de que os consumidores passam a valorizar comportamentos nesse sentido e a preferir produtos de empresas identificadas como ‘éticas’, ‘cidadãs’ ou ‘solidárias’. (MENDONÇA: 2000, p.6).

Uma questão que devemos ressaltar é se a responsabilidade social é de fato uma pauta e uma preocupação da empresa com as expressões da questão social ou se é somente uma forma de satisfazer os participantes desta ação, influentes, para ser feito uso do mesmo para promover sua imagem. Sendo desta última forma, a responsabilidade social não passaria, então, de uma ferramenta de marketing, projetada para os ganhos da empresa, para sua cooperação e aceitação interna e externa, deixando de atuar como um compromisso ético com os interesses que transcendem os muros da empresa capitalista.

Recapitulando o seu surgimento, a responsabilidade social, não surge do acaso, pois se apresentam demandas e questões, antes ignoradas, que foram percebidas, mostrando que elas atingem direta e indiretamente no lucro da produção. Questões essas que envolvem os impactos sociais e ambientais da empresa dentro e fora de sua área produtiva e administrativa.

O conceito de sustentabilidade empresarial vem do equilíbrio entre a atuação socialmente responsável e o sucesso financeiro (REZENDE *et al.*, 2007). Assim, segundo Savitz (2007, p. 2), a empresa para ser considerada sustentável deve ser aquela que gera lucro para os acionistas, ao mesmo tempo em que protege o meio ambiente e melhora a vida das pessoas com que mantém interações. Assim, ao se investir em uma empresa, a gestão

socialmente responsável, à primeira vista, entende que esta ação pode significar o aumento dos custos, já que estaria direcionando parte do orçamento para esta gestão.

No entanto, as experiências das empresas que adotaram tais medidas de responsabilidade social como estratégia empresarial, demonstraram que essa atitude pode ser considerada um investimento com retorno considerável em diversos segmentos, pois apresenta um custo-benefício sustentável que, muito provavelmente, daria os retornos antes não considerados sem a presente gestão dessa metodologia empresarial.

Almeida e Bessa (2007) acreditam que a incorporação da responsabilidade social à empresa gera um diferencial que incrementa a qualidade de produtos ou serviços, fortalecendo a reputação da mesma.

Podemos destacar alguns retornos que podem ser consequência direta ou indireta da gestão empresarial com responsabilidade social. São eles: a valorização da imagem institucional e da marca; maior fidelidade e lealdade de todos os públicos, sobretudo do consumidor; maior capacidade de recrutar e manter talentos; flexibilidade e capacidade de adaptação, além de um reforço maior à sobrevivência da empresa ao longo prazo; e maior importância da organização frente a sociedade e sua comunidade. Tais retornos são também essenciais para a manutenção e retenção de bons profissionais, que cada vez mais poderão escolher e dar preferência de trabalhar em uma empresa que preza a cidadania e a responsabilidade social. Tudo isso tem como consequência – tão importante para o gestor – uma maior margem de lucro.

Confirma-se esta premissa das empresas socialmente responsáveis, dada essa tendência, o lançamento no mercado acionário brasileiro, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), em 2005 pela Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Neste contexto, os investidores iniciaram uma demanda por aplicações em empresas que além de oferecerem uma boa rentabilidade também sejam socialmente responsáveis e sustentáveis. Esses investimentos são os chamados “investimentos socialmente responsáveis” (BOVESPA, 2009).

Este índice é um reflexo do retorno de uma carteira de investimento composta por ações de empresas que são ou passam a ser reconhecidas pelo seu comprometimento e ações voltadas à responsabilidade social e à sustentabilidade empresarial. Tais empresas que compõem o ISE são constantemente avaliadas levando em consideração fatores como relacionamento com o cliente, empregados, fornecedores, estado e sociedade civil, bem como

o impacto ambiental de suas atividades produtivas, assim como, a governança corporativa e suas diretrizes. (BOVESPA, 2009).

CAPÍTULO 3 – A RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GSK BRASIL

A indústria farmacêutica no Brasil emerge e se desenvolve de forma tardia e dependente, se comparado ao mesmo processo de desenvolvimento deste setor na Europa. Visando recuperar tal atraso e se tornar competitivo, o Estado brasileiro procurou incentivar e fornecer recursos para alguns dos primeiros laboratórios farmacêuticos em território nacional. Dessa forma, o Estado foi responsável por contribuir para a formação dos primeiros cientistas brasileiros que se tornaram posteriormente os responsáveis pelo desenvolvimento e aprimoramento do sistema de saúde pública e seus planos, produção de soros, vacinas e medicamentos, por parte de empresas pioneiras no setor.

Neste processo, foram surgindo alguns dos primeiros e mais importantes laboratórios de pesquisa, efetuando pesquisas básicas e na área de biologia. Entre estes laboratórios podemos destacar: Instituto Bacteriológico (1892) , Instituto Vacinogênico (1892), Instituto Butantã (1899), Instituto Soroterápico Federal de Manguinhos (1900) e Instituto Biológico (1927).

Em meados dos anos 1930, a produção nacional se limitava à manipulação de substâncias, sobretudo de origem animal e vegetal. Esta produção era marcada pela sua dependência de insumos advindos de outros países detentores tanto do insumo quanto da tecnologia para produzi-lo. Entretanto, o setor farmacêutico no Brasil sofreu profunda mudança a partir das décadas posteriores (os anos 1940 e 1950), tendo em vista adoção de medidas e planos desenvolvimentistas, abrindo o mercado brasileiro ao mercado externo e seus investimentos no setor, que dotadas de maior expertise e de recursos financeiros e tecnológicos, foram responsáveis pelo avanço do setor no país, embora tenham tido como efeito colateral a vinda de empresas estrangeiras, que eliminaram boa parte senão toda a concorrência de laboratórios nacionais.

Já na década de 1960, sob efeito dos planos político-econômicos desenvolvimentistas, o setor farmacêutico brasileiro já contava com aproximadamente 600 empresas no setor, entre distribuidoras, importadoras e laboratórios. Entretanto, sua atuação estava limitada à

importação de tecnologias e mão de obra estrangeira, executando, no Brasil, etapas mais simples do processo produtivo como formulação final e comercialização. Verifica-se aqui que não avançamos no processo competitivo local assim como nossa autonomia no setor.

O Processo de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), substancialmente, ainda permanecia nas matrizes corporativas que detinham suas filiais no país. Com isso, desde sua implementação a indústria farmacêutica brasileira foi se constituindo a partir de uma base frágil, de conhecimento técnico limitado e de dependência externa, não permitindo assim que empresas nacionais acompanhassem a evolução dos grandes laboratórios mundiais. Podemos dizer assim, que a indústria nacional se especializou na cópia de medicamentos de marca estrangeira.

Foi, então, neste período, que surgiram e proliferaram no Brasil os chamados medicamentos similares (ou genéricos). Tais medicamentos eram fornecidos por empresas nacionais que propunham a mesma ação da droga original por um preço mais competitivo. Para o desenvolvimento e distribuição deste tipo de medicamento, a estratégia adotada pelos laboratórios nacionais era praticar a engenharia reversa, isto é, copiar os medicamentos fabricados pelas empresas inovadoras ou de pesquisas, o que os distanciava em todos os níveis da produção se comparados com as empresas estrangeiras instaladas no país. Mas, neste caso, os fármacos utilizados na produção desses medicamentos eram importados de países europeus, como Itália e Espanha, permanecendo o caráter importador da indústria farmacêutica nacional (TEIXEIRA, 2014).

Devido à abertura comercial e à estabilização da moeda – por consequência – acarretou uma estabilização econômica, ao final da década de 1990. Nesse contexto, a indústria farmacêutica experimentou mudanças específicas em seu ambiente sobretudo regulatório. com destaque para a publicação da Lei de Propriedade Industrial (N° 9.279 de 14/05/1996) e da Política Nacional de Medicamentos (1998), que propuseram a inserção do medicamento genérico, a atualização permanente da Farmacopeia Brasileira e da Relação Nacional de Medicamentos Essenciais (RENAME), com isso, além da ampliação do parque industrial farmacêutico brasileiro, houve exigências dos testes de bioequivalência e biodisponibilidade, bem como as certificações de qualidade na produção induzindo, assim, as empresas do setor farmacêutico nacional a procurar modernizar seus parques produtivos e a investir cada vez mais em qualidade.

Já nos dias de hoje, a indústria farmacêutica brasileira é composta por divisões de empresas multinacionais, focadas nas etapas de menor valor agregado, por empresas nacionais pouco capitalizadas e com pouca capacidade de inovação, paralelamente, composta também por um pequeno grupo de empresas de biotecnologia (TEIXEIRA, 2014).

Apesar deste panorama desfavorável e com pouca evolução do setor no país, as empresas nacionais vêm aumentando significativamente seus investimentos em P&D, inclusive nas áreas de medicamentos biotecnológicos, biossimilares e fitoterápicos.

3.1 - A EMPRESA GSK

A GlaxoSmithKline (GSK) está no Brasil há mais de 110 anos. Com cerca de 2.300 funcionários, a empresa farmacêutica tornou-se, ao longo desses anos, líder em vacinas, no combate ao HIV e na atenção à área respiratória. Segundo seu portfólio panfletário, muito mais do que comercializar produtos, a empresa atua diariamente como parceira do Governo brasileiro na melhoria da saúde pública do país. Em mais de 30 anos, estabeleceu sólidas alianças que têm contribuído para que o Brasil tenha um dos melhores e maiores programas de imunização do mundo, sendo referência para diversos países em áreas como produção, pesquisa e desenvolvimento de medicamentos e vacinas.

Entre os seus principais marcos, pode-se citar que: na década de 1930, a GSK adquiriu o ENO, marca com mais de 140 anos no mundo; na década de 1950, a GSK descobriu o núcleo da penicilina; na década de 1960, deu origem ao Aerolin; e, na década de 1980, a GSK faz o seu primeiro tratamento para AIDS no Brasil, criando o AZT. Nesta mesma década, lançou o Clavulin; na década de 1990, deu mais um passo no combate à asma; e nos anos 2000, fechou uma parceria com o Ministério da Saúde, que possibilitou a introdução da vacina oral contra o Rotavírus no Programa Nacional de Imunizações no Brasil.

Além disso, seu objetivo primordial é ser uma das empresas de saúde mais inovadoras, confiáveis e com o melhor desempenho do mundo. Possui uma significativa presença global com atividades comerciais em mais de 160 países e conta com cerca de 95 mil empregados ao redor do mundo. Ademais, conta também com centros de Pesquisa e Desenvolvimento no Reino Unido, Estados Unidos, Espanha, Bélgica, Itália, Índia, Suíça, Alemanha e China. No Brasil, possui uma fábrica e um centro de distribuição e a sua sede localiza-se no Rio de

Janeiro. Diante desse momento sensível e sem precedentes que estamos vivendo, mais do que nunca, temos tentado somar esforços na luta contra o novo Coronavírus (COVID-19).

Segundo a visão empresarial, desenvolver ações na área de saúde preventiva voltadas para o público interno visa à melhoria da qualidade de vida de seus funcionários e, a meu ver, propicia a veiculação de uma imagem de empresa socialmente responsável no mercado capitalista. Ao remeter os estudos – especificamente para a GSK, é realizada a “Semana de Saúde” em que os funcionários e familiares tinham a oportunidade de assistir palestras com diversos temas, inclusive o da prevenção às doenças sexualmente transmissíveis e HIV/AIDS.

A GSK atua na responsabilidade social em várias frentes, como a diversidade e a inclusão, a partir de programas e políticas sociais internas como a chamada política para dependentes com deficiência, coroa de flores para funcionários e dependentes falecidos e projetos sociais internos que atendem instituições e famílias carentes que circunscrevem a região do entorno da fábrica no Rio de Janeiro. Entende-se, assim, que as empresas conforme a exigência do mercado e de seus clientes, na procura por empresas com políticas diversificadas e de promoção social, crescem à medida que estas buscam também se impor no mercado para se diferenciar da concorrência.

Além disso, busca se afastar do capitalismo – quando ainda se apresentava em sua fase de expansão geopolítica – e se apegar ao capitalismo mais preocupado com a qualidade da reprodução da força de trabalho – um capitalismo investe em novas segmentaridades fazendo coexistir perspectivas de progresso social com políticas de contenção em outras regiões ou setores (PASSOS; : 2004, P. 163), em consequência, da própria produtividade, tendo sobretudo um lucro maior frente às práticas mais tradicionais das forças produtivas e do esqueleto fabril.

Nesse sentido, a GSK se autodenomina uma empresa cidadã, sendo circunscrita como uma empresa da área de saúde que reconhece sua responsabilidade perante a sociedade, tendo o compromisso de ser sempre uma empresa responsável em qualquer área que atua, incluindo na forma como realiza suas vendas, como trabalha as ações de marketing, como lida com entidades públicas, como divulga dados de pesquisa ou como se relaciona com fornecedores. Então, mudando a forma como trabalham, incorporam ainda mais seus valores em tudo que fazem, esperando que seus funcionários e os parceiros com os quais trabalham atuem sempre de acordo com seus valores-foco no paciente, com integridade, respeito pelas pessoas e transparência.

3.2 - A GSK DO PONTO DE VISTA DAS OBSERVAÇÕES NO ESTÁGIO

Sendo parte deste organismo, desde o dia 9 de março de 2020, observei no dia a dia, mesmo que de forma remota, a importância, dos valores e expectativas da empresa, a preocupação com a promoção à saúde não só para o cliente, como também para com seus funcionários. Existe internamente cursos de aprimoramento para a equipe administrativa da qual faço parte por ser do serviço social e inserido no setor de Recursos Humanos da empresa, dentre esses cursos, é abordado a diversidade, a promoção a saúde, o respeito às diferenças, e atitudes éticas.

O estímulo à preservação da marca e como abordá-la de forma a respeitar os determinantes da empresa, ao tratar de qualquer assunto que exponha a GSK nas redes. Essa observação foi feita toda de forma remota, minha experiência física na empresa fora de apenas 7 dias, sem possibilidade de absorver ou observar de forma mais profunda a rotina e o sistema organizacional da empresa.

No que diz respeito ao trabalho remoto, há muitos desafios, ainda mais se tratando da atuação profissional na área de serviço social, no atendimento à gestão de benefícios e políticas. Posso dizer que para o estagiário que estava sendo inserido pela primeira vez a essa realidade, fora imposta diversas dificuldades, a adaptação a esse modelo, a aprendizagem a distância, o importante sentimento de pertencimento fora posto muitas vezes em cheque, já que toda relação profissional era feita de forma virtual. Assim como a possibilidade de um olhar mais crítico em busca de projetos de intervenção para o campo de estágio, foram dificultados por essa nova modalidade.

A mobilização da empresa com todo o seu pessoal, para a preservação dos mesmos, ao adotar de prontidão o trabalho remoto para as áreas não essenciais do negócio, e o reforço nos cuidados com os trabalhadores dos serviços essenciais da empresa. Isso nos trouxe conforto e segurança para fazer nosso trabalho e aprendizagem, sem ter sofrido impacto, seja com demissões ou cortes, pelo menos não pelo motivo da COVID19. Era o que eu poderia avaliar especificamente da GSK, neste período de pandemia.

Já ao falar da relação da minha supervisora com a empresa, é uma relação estreita e longa, a partir do pressuposto que a minha supervisora já foi uma vez estagiária de serviço social da GSK, e já tem mais de 13 anos de carreira na mesma. Ela cita com certo entusiasmo

os programas sociais internos, assim como projetos sociais que são feitos com redes próximas à empresa. E tratou de todo o fluxo do estágio de forma remota com todo o cuidado com a avaliação, uma vez que era um mundo novo para mim, ao manusear os sistemas assim como o entendimento dos processos e políticas e a forma de abordagem com os funcionários.

O Serviço Social na GSK, como já citado, é um setor que compõe a área de Recursos Humanos, com atividades relacionadas à saúde do trabalhador, benefícios e responsabilidade social. Neste escopo, relacionada à saúde do trabalhador estão as políticas internas de dependentes com deficiência, onde é feita uma cobertura de até 2 salários mínimos referente a custos de tratamento das terapias elegíveis, o serviço social é responsável pelo cadastramento e recepção da documentação além do encaminhamento para o time de saúde ocupacional que realiza a perícia para eleger a cobertura ou não através do laudo médico.

Na gestão de benefícios, se encontra o vale alimentação, refeição e cartão farmácia, dos quais fazemos a gestão dos pedidos e envio dos benefícios, além de disponibilizar um canal exclusivo para tirar dúvidas e auxiliar os funcionários com qualquer eventual problema na utilização dos benefícios. Já na responsabilidade social, o serviço social é responsável pelo planejamento, captação de recursos e execução dos projetos voltados para RES, neste escopo, o serviço social faz toda a gestão dos projetos sociais da empresa.

3.3 - DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GSK E SUA GESTÃO DE PROJETOS PELO SERVIÇO SOCIAL

A responsabilidade social é uma preocupação que tem ganhado muita força nos espaços corporativos, uma vez que trata de uma concepção integradora de trabalhos das empresas socialmente responsáveis na atuação de projetos voltados para o seu público. As empresas da contemporaneidade precisam atender às novas demandas, o que inclui o desenvolvimento da responsabilidade social no seu espaço e fora dele, ao refletir sobre sua conduta e comportamento dentro da sociedade de modo a promover o bem-estar dos atores e usuários envolvidos.

Assim, o trabalho do assistente social deve viabilizar os mínimos direitos sociais dentro do espaço corporativo em comunicação e colaboração com a sociedade, “para garantir o atendimento às necessidades básicas” (BRASIL, 2004). Nesse sentido, a proposta de avaliação da disciplina Estágio III do curso de Serviço Social da Universidade Federal do Rio

de Janeiro, que prevê o aperfeiçoamento do exercício profissional e do estudo da análise do contexto institucional, tem como objetivo principal a elaboração de um projeto de intervenção profissional.

Apresentou-se, portanto, um projeto corporativo a partir da centralidade na família para a arrecadação e distribuição de cestas básicas em contexto de distanciamento e isolamento social decorrente da pandemia do COVID-19. Intitulado como “Projeto de Intervenção: distribuição de cestas básicas como forma de responsabilidade social em tempos de pandemia” e – internamente nominado como “Making the difference” (Fazendo a diferença, em inglês), esta explanação está dividida conforme roteiro solicitado pela disciplina para maior compreensão acerca do trabalho realizado. Neste projeto o Serviço Social fica responsável sobretudo pela gestão geral do projeto, desde o diagnóstico social, a elegibilidade da instituição beneficiária, ao planejamento da arrecadação e prestação de contas.

Vale ressaltar que o projeto não apresenta qualquer especificidade para sua elaboração pelo profissional assistente social, porém pela GSK entende-se que temos escopo e atribuições pertinentes no que cerne a Responsabilidade Social. Devemos considerar que o contexto da pandemia mundial impactou muitas famílias economicamente. Segundo dados de pesquisa da Proteste (Bom Dia Rio, 05/06/2020), mais de 86% das pessoas entrevistadas no município do Rio de Janeiro sofreram impacto devido à exigência de distanciamento social provocada pela infestação do Novo Coronavírus. As causas apontadas para a perda de renda durante esse período foram diversas, com destaque para o desemprego que encabeçou a lista com 61,8% das entrevistadas. Além disso, 16,2% das pessoas foram demitidas e outros 31% sofreram algum tipo de perda salarial.

Grave é a situação de quase 30% que adquiriram maiores dificuldades para manter suas necessidades básicas. Dessa forma, o projeto de intervenção em questão buscou promover um trabalho de arrecadação e distribuição de cestas básicas para as famílias que se encontram em situação de vulnerabilidade e dificuldade financeira e que habitam nas proximidades da empresa.

Para uma maior contextualização, deve-se levar em conta que a empresa GSK se apresenta como uma “empresa global de saúde, impulsionada pela ciência e inovação, com um propósito especial: engajar as pessoas a fazer mais, sentir-se melhor e viver mais” (*site* da empresa). Assim, elevou-se a motivação para o desenvolvimento de um projeto que, além de

auxiliar as famílias e aperfeiçoar a profissionalização do assistente social em formação, possa corresponder com o projeto político da empresa.

O público usuário da Projeto de intervenção são as famílias que se encontram em situações de vulnerabilidade, moradoras do entorno da empresa GSK devido à atual circunstância de instabilidade no mercado de trabalho ou desemprego decorrentes do distanciamento social provocado pela pandemia do Novo Coronavírus – seja pela pobreza ou pela privação renda e/ou assistências sociais.

Assim, o projeto convoca os colaboradores da companhia em todos os projetos sociais para engajá-los quanto à responsabilidade social e trazê-los à reflexão de uma sociedade mais justa, tendo em vista que o público alvo são os moradores das áreas mais pobres das redondezas da fábrica situada em Jacarepaguá, isto é, despertar a empatia e generosidade dentro da própria comunidade.

Deste modo, o projeto é financiado pelos próprios colaboradores da GSK, a compra é feita por uma instituição social parceira, que naquele momento era o Instituto da Criança que reverte os recursos doado na compra em supermercados da Cesta Básicas com o melhor preço para que possa alcançar o maior número possível de Cestas Básicas.

3.4 - DO PROJETO SOCIAL E SUAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS NA GSK

Deve-se reconhecer que para a empresa a responsabilidade social corporativa pode contribuir em benefício empresarial próprio, como a obtenção de lucros, os retornos financeiros, o desenvolvimento e melhoria da imagem corporativa, além da identificação positiva e diferenciação na competição com os seus concorrentes.

No entanto, há vantagens que ultrapassam as preocupações superficiais, tais como a redução de despesas, aumento da produtividade e das receitas, entrada a mercados e capitais, melhor gestão de recursos humanos e ambientais, o ganho de consumidores leais, de maiores talentos na equipe, da diminuição de conflitos e da longevidade.

De acordo com as motivações das empresas que são pontuadas para adotar o trabalho socialmente responsável, Tenório (2006) nos diz que essa motivação pode acontecer por imposições de influências externas calçadas por questões de princípios. Segundo ele, essas influências, chamadas de pressões externas, seriam, tais como as legislações ambientais, as

respostas dos consumidores, os movimentos sindicais, as reivindicações comunitárias e até a globalização.

Assim, determinadas empresas – uma vez que não são todas que não são todas as empresas que buscam agir de forma responsável - tentam agir e orientar as suas ações e relações de forma socialmente responsável, embasadas em princípios éticos e morais, para que esses valores estejam inseridos na cultura da empresa. Assim, podemos situar a GSK no rol das empresas que passaram a agir dentro do que ficou conhecido como “responsabilidade social das empresas”. Além dos referenciais teóricos acerca da responsabilidade social em si, há de se compreender o processo multidisciplinar do trabalho do assistente social. Em seus estudos sobre o Serviço Social, Yolanda Guerra (2000, p. 11) discorre sobre o processo de multidisciplinaridade da profissão:

Assim, na realização das requisições que lhe são postas, à profissão necessita da interlocução com conhecimentos oriundos de disciplinas especializadas. O acervo teórico e metodológico que lhe serve de referencial é extraído das ciências humanas e sociais (conhecimentos extraídos das áreas de: Administração, Ciência Política, Sociologia, Psicologia, Economia etc.). Tais conhecimentos têm sido incorporados pela profissão e particularizados na análise dos seus objetos de intervenção. Mas a profissão também tem produzido, através da pesquisa e da sua intervenção, conhecimentos sobre as dimensões constitutivas da questão social, sobre as estratégias capazes de orientar e instrumentalizar a ação profissional (dentre outros temas) e os tem partilhado com profissionais de diversas áreas. (GUERRA, 2000, p. 11).

Segundo a autora em questão, o Serviço Social – estando inserido na área das ciências humanas e sociais – dialoga com os saberes administrativos, políticos, sociológicos, psicológicos, econômicos, entre outros, de modo a agregar o trabalho profissional na assistência social, assim como a profissão também produz conhecimentos específicos para compartilhar com tantas outras áreas. Dessa forma, ressalta-se a importância da frequência do debate sobre a urgência da expansão das pesquisas e aprofundamentos sobre o assunto, além da necessidade também urgente da qualificação profissional de qualidade constante que possa atender às demandas sociais.

A ação profissional dos integrantes da equipe do Serviço Social da GSK busca de forma multidisciplinar montar uma rede de apoio profissional para dar apoio às famílias. Considerando-se que, nos dias de hoje, o conceito de família é bem mais amplo que a noção tradicional do passado, uma vez que não são apenas os laços consanguíneos que embasam

uma relação familiar, mas também os laços de afeto e de solidariedade (GUEIROS, 2002). Dessa maneira, entende-se que família é o lugar imprescindível de abrigo e acolhimento, de socialização primária, e há de estar fora do alvo de preconceitos alheios em relação à sua composição.

A atuação profissional requer a leitura das experiências vividas pelo indivíduo e pelo coletivo. Por isso, a situação pandêmica atual colocou este projeto de intervenção diante de numerosos casos de desemprego e desajustes financeiros vivenciados por diversas famílias. Compreendendo esta constatação como resultados da contemporaneidade, faz-se necessário pôr em prática os aprofundamentos teóricos para a realização da prática profissional.

É de suma importância correlacionar a demanda ao contexto histórico-social, como a que vivemos hoje. Guerra (2000), nesse sentido, nos mostra que a complexidade da realidade exige profissionais que não queiram apenas responder de modo simplista e imediato às demandas que são encaminhadas, mas entendam que as respostas profissionais estão relacionadas à compreensão dos “significados sociais” de tais demandas.

O projeto tem como objetivo principal a distribuição de cestas básicas para famílias moradoras do entorno da em situação de vulnerabilidade frente à situação pandêmica mundial. Além disso, os objetivos específicos do projeto nos ajudam a compreender a atuação do Serviço Social no que tange Responsabilidade Social na GSK. Em primeiro lugar, propôs-se fazer contato com as empresas parceiras para arrecadar recursos para além dos recursos disponíveis pela empresa GSK; arrecadar recursos para a compra e distribuição de cestas básicas no primeiro semestre; desenvolver e, assim, fomentar a responsabilidade social dos funcionários da empresa e demais comunidades. Em seguida, foi preciso criar critérios para a distribuição das cestas básicas e assegurar que as ações do projeto tenham centralidade na família.

Para garantir a efetividade do projeto, foi preciso enfrentar tensões e desafios proporcionados pela pandemia que nos requereu um projeto totalmente virtual e remoto em respeito às exigências de distanciamento social da Organização Mundial da Saúde (OMS). Contou-se também com o engajamento dos colaboradores e com a parceria com o Instituto da Criança para possibilitar o levantamento de quantas famílias o projeto poderia atender.

É importante frisar que – para que todo o processo remoto pudesse se realizar de maneira eficaz – o projeto dispõe também da participação interdisciplinar de áreas como Comunicação e TI (Tecnologia da Informação) da empresa, que ofertou o uso de internet

corporativa que pôde ser usada por funcionários e voluntários. Por fim, ao abraçar a colaboração de diversos segmentos da própria empresa e das parcerias, a base de todo o projeto foi norteada pelo Serviço Social, respeitando o código de ética profissional, assim como o sigilo dos usuários do projeto a ser criado.

O estágio foi supervisionado pela assistente social Patrice Viana – responsável pela intermediação entre a empresa e o Instituto da Criança –, realizado de segunda a sexta-feira, no horário de 8:00 às 15:00 horas, subtraída uma hora de almoço, totalizando 30 horas de estágio cumpridas. Os subsídios para construção do projeto de intervenção e as atividades dependerão da manifestação de um comitê para a construção das possibilidades do projeto a serem inseridas na agenda da empresa a partir de reuniões semanais

Para a progressão do estágio, foram realizadas reuniões diárias com resumo do dia e *feedbacks* do serviço social; reuniões semanais de equipe; simulações de situações rotineiras para aperfeiçoamento do atendimento. Das atribuições do estagiário para a realização do Projeto, realizou-se atendimentos sociais remotos, além da atuação em: Gestão de políticas sociais internas; Gestão de benefícios (RH); Gestão de Projetos Sociais da empresa; Acolhimento e orientação de afastados pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

O Projeto “Distribuição de cestas básicas como forma de responsabilidade social em tempos de pandemia” da comunidade de Jacarepaguá (RJ) está localizado à Estrada dos Bandeirantes, 8464 – Jacarepaguá, Rio de Janeiro. O projeto conta com a parceria do Instituto da Criança – localizado no bairro do Jardim Botânico, no Rio de Janeiro –, que é uma instituição que estimula a solidariedade através da promoção do desenvolvimento humano, investimento social privado e da gestão de projetos. Assim, de forma remota, conseguiu-se a integração entre a empresa, os colaboradores e as famílias contempladas.

A região escolhida para a intervenção, Camorim, compõe a região da chamada Grande Jacarepaguá, sendo parte constituinte da região administrativa da Barra da Tijuca, no município do Rio de Janeiro. Para a efetivação desta estratégia, considera-se importante o comprometimento do profissional, além do levantamento das famílias, feito pelo Instituto da Criança. A quantia em dinheiro será levantada por doações voluntárias de qualquer quantia e de valores pré disponíveis através de PIX ou PagSeguro. Um dos indicadores sociais utilizados para a elaboração da ficha social de levantamento para controle do projeto é a de renda per capita, já mapeada pelo Instituto da Criança, empresa parceira no projeto. Outro indicador social é o acesso a benefícios. Neste último caso, não haverá o apoio do Instituto da

Criança, uma vez que as fichas cadastrais criadas já serão suficientes para fazer esse tipo de levantamento.

Diante disso, é importante destacar que o Serviço Social do Projeto contribui para o fortalecimento do usuário e da sua família, visando que os envolvidos se beneficiem da distribuição de cestas básicas em período tão difícil como este. Desta forma, este projeto de intervenção prevê a análise de dados no período compreendido entre os meses de maio de 2020 a maio de 2021, pela equipe do serviço social, uma vez que a agenda da empresa precisou de alterações específicas devido à situação de isolamento social.

Os recursos necessários para a execução do projeto demandaram equipamentos disponíveis para a realização das atividades remotas; notebook fornecido pela empresa e equipamento ergonômico para o estágio remoto; ambiente virtual para as reuniões remotas (plataformas zoom, Google Meet, Skype); e material de divulgação e equipamentos de informática, respeitadas as diretrizes orçamentárias aprovadas por política interna.

A partir disso, foi possível traçar as metas do projeto, que se baseavam em mapear, identificar, cadastrar e descrever o perfil econômico de, pelo menos, 200 famílias; adquirir e distribuir, no mínimo, cestas básicas para as 200 famílias identificadas. Realizadas as cestas básicas distribuídas a, no mínimo, 200 famílias, buscou-se o aumento da primeira meta ao longo do processo para 250 famílias a serem beneficiadas.

Ao passo que a responsabilidade social tem ganhado força nos espaços corporativos, o trabalho do serviço social tem adentrado diversos espaços, ganhando o campo da multidisciplinaridade. Assim, as empresas - em resposta às novas demandas e também aos seus interesses - têm incluído o desenvolvimento da responsabilidade social, num diálogo constante entre diversas áreas, para promover o bem-estar de todos os envolvidos.

A idealização deste projeto possibilitou abrir horizontes em relação à atuação profissional do assistente social, ao mesmo tempo que pôde fomentar o senso de empatia e generosidade àqueles que precisam de auxílio no cumprimento de suas necessidades básicas. Além disso, a situação pandêmica atual, que prejudicou em muito as famílias, além da questão da saúde, seja pela falta de trabalho ou pela diminuição da renda, pôde valorizar a atuação do Serviço Social da empresa GSK de forma a intervir para com quem demanda, cumprindo a manutenção da imagem empresarial daqueles que se colocam a somar ao projeto.

A execução do projeto destacou a importância das parcerias e do trabalho em equipe para a efetivação do trabalho. A equipe de Tecnologia da Informação (TI) serviu como grande

base de apoio, uma vez que o uso de aparelhos, programas e plataformas de internet adequadas para a ação se fez urgente em tempos de isolamento social, possibilitando que os primeiros contatos dos atores envolvidos junto às famílias pudessem ser realizados virtualmente. Também a parceria com o Instituto da Criança foi de grande valia na sua atuação enquanto intermediadores de todo o levantamento das famílias e processo para a distribuição das cestas.

Os riscos esperados – de não se alcançar o objetivo da arrecadação, assim como não atingir a primeira meta de distribuição de 200 cestas básicas – puderam ser contornados com o resultado de 264 famílias beneficiadas. Além disso, poderiam ocorrer possíveis obstáculos na realização do cadastro das famílias se as mesmas não se sentissem confortáveis em responder à entrevista; no entanto, não foi mandatório nem condicional para a entrega das cestas por contarmos com a parceria indireta junto ao Instituto da Criança. Outrossim, perpassam limitações devido ao modelo remoto adotado e sua consequente interação virtual com os voluntários do projeto, em contraponto às estratégias de engajamento corpo a corpo que foram transgredidas pelo amplo comprometimento da equipe.

Esta última fase do projeto deve ser realizada através dos dados e planos desenhados na sua elaboração e construção. Sendo assim, os desafios previstos por este percurso apresentaram os objetivos propostos alcançados, uma vez que foi realizada a distribuição de cestas básicas para famílias moradoras do entorno da empresa, e que se encontram em situação de vulnerabilidade frente à situação pandêmica mundial.

Ademais, em tempo, foi feito o contato com as empresas parceiras, o que possibilitou a intermediação para a arrecadação, compra e distribuição das cestas no período estipulado (maio/2020 a abril/2021) a partir dos critérios criados para a sua realização (mapeamento, identificação, cadastro e descrição do perfil econômico das famílias). Mesmo sabendo que a distribuição única de cestas é, ainda, uma ação paliativa, o projeto conseguiu amenizar a situação de muitas famílias durante o período de estágio, respeitando o cronograma planejado.

Portanto, os impactos da sua implementação foram positivos a partir dos indicadores monitorados durante o levantamento das fichas sociais preenchidas a partir das entrevistas realizadas com as famílias beneficiadas (que se encontram em situações de vulnerabilidade, moradoras do entorno da empresa GSK e, em sua maioria, sofreu grande impacto de renda devido ao distanciamento social provocado pela COVID-19) e do progresso em relação às

metas estabelecidas. Assim, foi possível desenvolver e fomentar a responsabilidade social da empresa e demais comunidades frente aos desafios do distanciamento social.

A ideia de trazer à monografia o meu projeto de intervenção que seria enquadrado em projeto social na empresa, é justamente para apresentar a gestão do Serviço Social na responsabilidade social da empresa e sua rotina, como é planejado, analisado, executado e monitorado os projetos sociais na GSK.

É importante mencionar que uma vez que, por se tratar de uma empresa privada e um setor de Responsabilidade Social enxuto (inserido no RH e absorvido pelo Serviço Social), não há qualquer registro, artigos de pesquisa ou material acadêmico da área de serviço social na empresa. Desta maneira, este último capítulo é dado pelo acúmulo obtido por uma experiência de estágio e suas observações do dia a dia, que implicaram em questões e indagações da minha parte para com a empresa e as atividades do Serviço Social na responsabilidade social no meio corporativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

À guisa de conclusão, considera-se que a atuação do assistente social – que nasceu da demanda do Estado para planejamento e execução de políticas públicas em resposta a e movimentos sindicais – e sua atuação no meio empresarial, processo que ocorre em meio à renovação crítica do Serviço Social, assume o potencial negador do trabalhador. Cumpre mencionar, ainda, que a renovação é fruto de um amplo movimento de redemocratização com forte presença do operariado brasileiro, que impulsiona inclusive a crise da Ditadura Civil-Militar.

Nesse aspecto, a luta pela afirmação dos direitos de cidadania, que reconheça as reais necessidades e interesses dos sujeitos sociais, atualmente, tem sido fundamental para se dirigir o desenvolvimento social (IAMAMOTO, 2009), que vai de encontro a sua atuação nos espaços corporativos/privados. Porém inscrito na divisão sociotécnica do trabalho, deve também, sobretudo, responder às demandas de seu empregador, seja ele o Estado, seja ele a Empresa, sendo que esta última faz-se com muito mais contundência limitando sobremaneira o fazer profissional do assistente social, uma vez que aqui este profissional assume um papel de contribuir com a lucratividade da empresa, mesmo que sua função precípua seja garantir a qualidade de vida do trabalhador e mediar conflitos entre o trabalhador e o patrão, de modo a constituir o principal mote para a construção da sua prática, assim como as demandas externas à empresa.

Nesse sentido, o assistente social atua junto ao trabalhador para atender às suas necessidades de subsistência e de reprodução da força de trabalho. Por isso, o Serviço Social é acionado para a execução de projetos e demandas da empresa, a partir da sua expertise em comunhão com a filosofia e as diretrizes da gestão do negócio.

As empresas socialmente responsáveis da atualidade respondem às expectativas das políticas de responsabilidade social corporativa, garantindo melhores condições de trabalho para os seus funcionários, além de conquistar a simpatia do seu público consumidor. Num contexto capitalista de produção, essa tendência atrai investidores socialmente responsáveis

(BOVESPA, 2009) em prol de aliar as ações de responsabilidade social ao aumento de lucros da empresa.

Trata-se, portanto, do retorno de investimento a partir das ações de empresas voltadas à responsabilidade social e à sustentabilidade empresarial. Esse comprometimento aumenta suas chances de uma boa avaliação em relação a diversos fatores corporativos, tais como o relacionamento com o cliente, seus empregados e fornecedores, levando a empresa a uma boa colocação no mercado corporativo e legitimidade perante a opinião pública.

Dada essas observações, é de suma importância que as organizações empresariais assumam princípios fundamentais – de responsabilidade social, transparência, comportamento ético, respeito pelos interesses das partes interessadas, pelo Estado de direito, pelas normas de comportamento e pelos direitos humanos – de forma integrada em todas as fases e estruturas de gestão, o que significa responder por todas as consequências de suas ações.

Para isso, as empresas devem se responsabilizar, em conformidade com a lei, pelos impactos gerados – positivos e/ou negativos – à sociedade e ao meio ambiente. Nessa esteira, é recomendável que todas as organizações disponibilizem suas decisões de forma clara, objetiva e acessível para que os órgãos responsáveis pela regulamentação das empresas possam tomar suas medidas para avaliar seus impactos e dirimi-los caso seja necessário.

Tal atitude esperada pelas empresas significa a adoção de um comportamento ético baseado em valores e princípios que implicam na construção e manutenção da integridade do negócio. Esse tema se atribui às qualidades de uma empresa socialmente responsável no que tange à honestidade, equidade e respeito ao longo de toda a gestão, isto é, na sua relação com os conflitos internos e com a sociedade de forma geral.

Assim, as ações e decisões por parte da empresa afetam os interesses das partes interessadas e, por isso, é preciso também identificá-las para que se possa construir diálogos e atender suas demandas de modo efetivo, honesto e respeitoso.

Outrossim, é necessário o respeito pelo Estado de direito, que significa, em outras palavras, respeitar a lei, considerando que o princípio de equidade mediante a mesma trata também de um princípio de responsabilidade social. Sendo assim, as organizações devem respeitar as normas internacionais de comportamento de acordo com a ISO 26000, sigla em inglês para International Organization for Standardization (Organização Internacional de Normalização), as quais oferecem padrões universais mínimos para a humanidade. Assim, a aplicação das normas internacionais de comportamento – assim como todos os princípios

básicos favoráveis à responsabilidade social – está diretamente relacionada ao respeito pelos direitos humanos, uma vez que estamos falando de um valor fundamental da organização, das ciências humanas e de toda a sociedade. A importância e a universalidade dos Direitos Humanos implicam no entendimento de todos os princípios básicos como forma de humanizar o trabalho e as relações sociais.

Portanto, os impactos da implementação dos princípios da responsabilidade social observados a partir da experiência de estágio em uma empresa socialmente responsável foram fundamentais para a construção desse trabalho de conclusão de curso.

Observou-se muitos aspectos positivos na execução do projeto “Making the Difference”, que apontam para a possibilidade de sua construção em diversos contextos empresariais, consideradas as demandas e particularidades de cada um deles assim como aspectos que devem ser aprimorados como atividades que de fato impactam socialmente uma comunidade principalmente as que circunscrevem a fábrica da GSK no Rio de Janeiro, fazer não só um levantamento quantitativo, mas com escuta ativa das “dores” desta comunidade para criar planos de ação que uma empresa do porte da GSK podem ter alcance no que tange impacto social e não somente distribuir cestas básicas ou atividades meramente voluntárias sem o impacto social esperado por médio e longo prazo.

Um fator muito relevante a ser destacado, ao longo da pesquisa, ocorreu a partir das demandas e exigências provocadas pela pandemia mundial e o conseqüente isolamento social que vivenciamos ao longo dos últimos anos. Novas formas de trabalho e de se pensar o projeto precisaram ser redefinidas e reestruturadas para que pudéssemos atravessar todas as etapas do projeto e, enfim, realizar as metas desenhadas no planejamento inicial. A partir dos indicadores monitorados durante o levantamento das fichas sociais preenchidas a partir das entrevistas realizadas com as famílias beneficiadas, pudemos fazer uma análise crítica – geral e situacional – em relação à vulnerabilidade dessas famílias frente ao grande impacto desemprego e de renda devido à grave situação do país.

Podemos, por fim, concluir que houve grande progresso em relação às metas estabelecidas, capazes de desenvolver e fomentar a responsabilidade social da empresa e demais comunidades frente aos desafios do distanciamento social, contudo observa-se que apesar dos avanços os limites de atuação profissional são deflagrantes e pouco pode-se dizer efetivos na transformação ou melhoria na vida das comunidades adjacentes ou dos trabalhadores da produção e administração da empresa, uma vez que, só há uma assistente

social e toda e a pasta de responsabilidade social se concentra nela, fora suas obrigações com a gestão dos benefícios. Desta forma ela recorre a agências e consultorias sociais que acabam pulverizando as ações e partindo para ações que a beneficiam, particularmente e/ou beneficiem grupos associados a estas agências.

Além de buscar HeadCount para aumentar o número de assistentes sociais ou colaboradores para trabalharem na pasta de forma dedicada, uma pesquisa mais ampla com o maior número de agências do terceiro setor e Organizações Não-Governamentais (ONGs) para um melhor e maior alcance de ações sociais que de fato sejam transformadoras e com impacto social.

Conclui-se que este estudo pôde levantar determinadas discussões acerca da construção de um projeto social na empresa GSK, apresentar a gestão do Serviço Social na responsabilidade social da empresa e sua rotina (seu planejamento, análise, execução e monitoramento) e estimular a criação de novos projetos nas mais diversas empresas que se comprometam com a responsabilidade social.

Ademais, a investigação feita a partir da ótica de um assistente social em formação será de grande valia para as próximas gerações da área do Serviço Social, no intuito de valorizar a prática do estágio como rica ferramenta de formação e reflexão sobre o tema da responsabilidade social nas empresas.

REFERÊNCIAS

ABREO, A. C. S. B.; FÁVARO, C. R. Demandas de serviço social no setor empresarial. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v4n1_demandas.htm>. Acesso em: 15/12/2013.

ARAÚJO, Fábio Carvalho de. O Serviço Social em Empresas: formulações acerca de um espaço de atuação profissional. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 122p. 2010.

ASHLEY, P. A. (2005). Responsabilidade social empresarial: um modelo genérico para análise e orientação estratégica. In P. A. Ashley (Coord). Ética e Responsabilidade Social nos negócios (2a ed, Cap. 6, pp. 110-155). São Paulo: Saraiva.

BENEDICTO, Samuel Carvalho; RODRIGUES, Ângelo Constâncio; PENIDO, Aline Micheli da Silva. Surgimento e Evolução da Responsabilidade Social Empresarial: uma reflexão teórico-analítica. XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: < http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2008_tn_sto_079_547_11666.pdf>. Acesso em: 20 de jan. 2021.

BERTONCELLO, S. L. T. JÚNIOR, J. C. A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação. Revista da Faculdade de Comunicação da FAAP. 17. ed. São Paulo: FAAP, 2007. p. 70 - 76. Disponível em: <http://mirror.fAAP.br/revista_faap/revista_facom/facom_17/silvio.pdf>. Acesso em: 24/01/2022.

BOITO JR, A. As Relações de Classe na Nova Fase do Neoliberalismo no Brasil. Sujetos Sociales y nuevas formas de protesta en la historia reciente de América Latina. Buenos Aires: CLACSO - Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006. p. 271 - 295. Disponível em: <<http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D2838.dir/9PIICdos.pdf>>. Acesso em: 21/01/2022.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à fome. Política Nacional de Assistência Social. Brasília: Secretaria Nacional de Assistência Social, 2004.

CAMPELO, L. M. F. Serviço Social organizacional: teoria e prática na empresa. São Paulo: Cortez, 1983.

CEOLIN, George Francisco. Crise do capital, precarização do trabalho e impactos no Social. Serv. Soc. Soc. (118). Jun 2014. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/ssoc/a/yJQLmgRRmJ8XpYNmzYsP6kf/?lang=pt>>. Acesso em: 20 de jan. 2021.

CESAR, Mônica de Jesus. "Empresa-cidadã": uma estratégia de hegemonia. 1. ed. São Paulo: Cortez, 2008. v. 1. 326p.

_____. Serviço social e reestruturação industrial: requisições, competências e condições de trabalho profissional. In: MOTA, A. E. (org.). A nova fábrica de consensos. São Paulo: Cortez, 2010. p. 115 – 148.

_____. O Serviço Social nos Programas de Responsabilidade Social das Empresas. In: Rose Serra. (Org.). Espaços Ocupacionais e Serviço Social. 1ed. Jundiaí: Paco Editorial, 2012, v., p. 155-180.

COUTO, Berenice Rojas. Formulação de Projeto de Trabalho Profissional IN: Conselho Federal de Serviço Social (CFESS); Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa em Serviço Social (ABEPSS), Serviço Social: direitos sociais e competências profissionais, Brasília, 2009.

DUARTE, G. D. & DIAS, J. M. A. M. Responsabilidade social: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora, 1986.

FALEIROS, V. P. Metodologia e ideologia do trabalho social. S. Paulo, Cortez, 1981.

FARIA, A; GUEDES, A. L. A critical analysis of corporate social responsibility as international strategy. In: Enanpad, 2010, Rio de Janeiro. Anais, Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

FIOCRUZ. Indústria farmacêutica no Brasil: um breve panorama. Disponível em: <https://mooc.campusvirtual.fiocruz.br/rea/medicamentos-da-biodiversidade/industria_farmaceutica_no_brasil_um_breve_panorama.html>. Acesso em: 20 de dez. 2021.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO. Responsabilidade Social: o que é, importância e exemplos. Página inicial. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/responsabilidade-social/>>. Acesso em: 20 de jan. 2021.

GARCIA, Thays. Como surgiu a responsabilidade social? Dialogus. Disponível em: <<https://www.dialogusconsultoria.com.br/como-surgiu-a-responsabilidade-social/>>. Acesso em: 20 de jan. 2021.

GAVIOLI, Stephania Lani de Lacerda Reis et al. Como tem se dado a atuação do assistente social nas empresas privadas?. Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe)| ISSN-e: 2237-1427, v. 6, n. 1, 2016.

GIAMPAOLI, M. C. Serviço Social em empresas: consultoria e prestação de serviço. São Paulo: Revista Serviço Social, 2013. N. 114, p. 266-289

GSK. Pesquisa & Desenvolvimento / Responsabilidade. GSK. Disponível em: <<https://br.gsk.com/pt-br/>>. Acesso em: 10 de fev. 2021.

GUEIROS, D. Trabalho social com famílias socialmente desenraizadas. In: 19ª CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DE SERVIÇO SOCIAL, 2008. Salvador. Anais: O desafio de concretizar direitos numa sociedade globalizada e desigual. Salvador: CFESS, CRESS 5. Região e IFSW, 2008.

GUERRA, Yolanda. Instrumentalidade do processo de trabalho e Serviço Social. In: Revista Serviço Social e Sociedade n. 62. São Paulo: Cortez, 2000.

IAMAMOTO, Marilda. Villela; CARVALHO, Raul. Relações sociais e Serviço Social no Brasil: esboço de uma interpretação histórico-metodológica. São Paulo: Cortez, 1995.

IAMAMOTO, Marilda. Villela. O Serviço Social na Cena Contemporânea. Serviço Social: Direitos Sociais e Competências Profissionais. Brasília: CFESS/ABEPSS, 2009.

ISENÇÕES fiscais do governo federal devem atingir um quarto da arrecadação. Isto É Dinheiro, 30 de Abr. de 2021. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/isencoes-fiscais-do-governo-federal-devem-atingir-um-quarto-da-arrecadacao/>>. Acesso em: 24/01/2022.

LISBOA, Vinicius. Agência Brasil explica: o que é Sistema S. Rio de Janeiro, 21/09/2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-09/agencia-brasil-explica-o-que-e-o-sistema-s>>. Acesso em 30 nov. 2021.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRÖDER, Débora de Souza. Vale investir em responsabilidade empresarial?: stakeholders, ganhos e perdas. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: . Acesso em: 24 set. 2010.

MANDEL, Ernest. O capitalismo tardio. São Paulo: Abril Cultural, 1992.

MELO NETO, Francisco Paulo de. FROES, César. Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO RICO, E. P. de (1998) "O empresariado, a filantropia e a questão social". Revista Serviço Social e Sociedade, São Paulo, ano XIX, n. 58, p. 24-40, nov.

MENDONÇA, P. M. O marketing e sua relação com o social: dimensões conceituais e estratégicas. Salvador: UFBA, 2000 (Monografia). Disponível em <<http://www.valoronline.com.br>>. Acesso em: 03 dez. 2020.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MONTAÑO. C. A natureza do Serviço Social. São Paulo: Cortez, 2007.

MOTA, Ana Elizabete. Cultura da Crise e Seguridade Social: um estudo sobre as tendências da previdência e assistência social brasileira nos anos 80 e 90. São Paulo: Cortez, 1995.

MOTA, Ana Elizabete. O feitiço da ajuda: as determinações do serviço social na empresa. 6. ed. São Paulo: Cortez, 1985.

NETTO, J. P. Transformações societárias e Serviço Social. Notas para uma análise prospectiva da profissão no Brasil. Serviço Social & Sociedade. São Paulo: Cortez, 1996. n. 50.

OLIVEIRA, D. P. R. Planejamento estratégico. S. Paulo, Atlas, 1987. Pessoa, E. Planificação: a opção pelas classes populares. Campinas, Papirus, 1988.

OLIVEIRA, J. A. (1984) "Responsabilidade social em pequenas e médias empresas". Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, v. 24, n. 4, p. 203-210.

OLHA O BOLSO: pesquisa mostra impacto da pandemia no orçamento das famílias do RJ. Bom Dia Rio. 05/06/2020. Disponível em < <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia> >. Acesso em: 9 fev. 2021.

PAGANINI, Juliana; VIEIRA, Reginaldo de Souza. A cidadania participativa no Sistema Único de Saúde de Assistência Social. HOLOS, [S.l.], v. 8, p. 330-341, jan. 2016. ISSN 1807-1600. Disponível em: <<https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/3687>>. Acesso em: 17 jan. 2021. doi:<https://doi.org/10.15628/holos.2015.3687>.

PASSOS, E.; BENEVIDES, R. Clínica, política e as modulações do capitalismo. Lugar Comum, n.19-20, p.159-71, 2004.

RAMOS, M. P.; SCHABBACH, L. M. O estado da arte da avaliação de políticas públicas: conceituação e exemplos de avaliação no Brasil. RAP Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro: FGV, v. 46, n. 5, p. 1271-1294, set./out. 2012.

REIS, Carlos Nelson dos. A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado? Rev. econ. contemp. vol.11 no.2. Rio de Janeiro, May/Aug. 2007. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-98482007000200004>. Acesso em 30 jan. 2021.

SOUSA Charles Toniolo de. A prática do assistente social: conhecimento, instrumentalidade e intervenção profissional. Revista Emancipação, Ponta Grossa, 1996.

SIGNIFICADOS. Responsabilidade Social. Significados. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/responsabilidade-social/>>. Acesso em: 20 de jan. 2021.

TENÓRIO, Fernando Guilherme et al. Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. 259 p.

SATO, Kawana Harue; SILVA, Wesley Vieira da.; NOGAS, Paulo Sergio Macuchen.; YAMASHIRO, Aldo Yoshikazu. Sustentabilidade e Responsabilidade Social: análise do desempenho do índice de sustentabilidade empresarial. Perspec. Contemp., Campo Mourão, v. 5, n. 2, p. 157-177, jul./dez. 2010.

STEPHANOU, L.; MÜLLER, L. H.; CARVALHO, I. C. de M. Guia para elaboração de projetos sociais São Leopoldo: Sinodal; Porto Alegre: Fundação Luterana de Diaconia, 2003. Disponível em: <<https://aplicacoes.mds.gov.br/sagirms/ferramentas/docs/guia-para-elaboracao-de-projetos-sociais.pdf>>. Acesso em 20/07/2021.

ZAMBERLAN, L.; RASIA, P. C.; SOUZA, J. D. S.; GRISON, A. J.; GAGLIARDI, A. O.; TEIXEIRA, E. B.; DREWS, G. A.; VIEIRA, E. P.; BRIZOLLA, M. M.; ALLEBRANDT, S. L. Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas. Ijuí: Ed. UNIJUI, 2014.