

# RSE: DE FRIEDMAN À COPRODUÇÃO

Embora a responsabilidade social das empresas não seja um tema novo, sua abordagem e sua compreensão evoluíram muito nas últimas quatro décadas

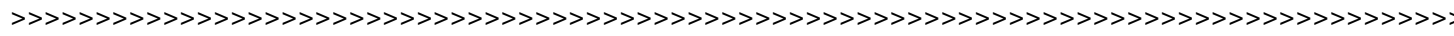
---

POR JANICE MILENI BOGO E MAURICIO C. SERAFIM

---







**Correntes de pensamento** e propostas de prática que buscam ampliar o papel da empresa em suas relações com o ambiente social não são recentes. O clássico *A situação da classe trabalhadora na Inglaterra*, publicado em 1845 por Friedrich Engels, já alertava para as consequências sociais e políticas do modo de produção que se consolidava na época. Ao longo do tempo, o significado da expressão responsabilidade social empresarial (RSE) sofreu modificações e suscitou inúmeras controvérsias. Este artigo discute a forma como o pensamento sobre a RSE evoluiu nas últimas quatro décadas.

**PENSAMENTO SOBRE RSE.** Uma das controvérsias mais conhecidas sobre o tema foi incitada pelo economista Milton Friedman no artigo “The social responsibility of business is to increase its profits”, publicado em 1970. Segundo Friedman, a única responsabilidade das empresas é a de agir dentro das regras do jogo capitalista, sem interferir na capacidade do mercado de alcançar o equilíbrio de bem-estar geral. Em 1976, Friedman receberia o Prêmio Nobel de Economia “por suas realizações nos campos de análise de consumo, história e teoria monetária, e por sua demonstração da complexidade da política de estabilização”.

O posicionamento de Friedman gerou inúmeras reações, favoráveis e contrárias. Um dos argumentos críticos a tal ideia é de que o contrato social que constitui a base sobre a qual se construiu o sistema da livre empresa mudou e que as responsabilidades estão muito mais amplas. A partir dos anos 1980, ganhou força o entendimento de que a RSE exige um comportamento consciente e coerente com princípios éticos. Dessa forma, a ética passa a ser compreendida como o melhor tipo de autorregulação. No decorrer da década de 1990, surge a noção de grupos de interesse ou *stakeholders* e a empresa passa a ser entendida como a expressão de interesses e de relações, bem como a catalisadora desses interesses, promovendo transparência e harmonia com valores éticos e capacidades humanas. Outras

ideias recentes incluem: as de Peter Drucker, que propõe que a RSE seja integrada à estratégia empresarial; de Charles Fombrum, que, juntamente com uma iniciativa do *Financial Times*, estimula a promoção da reputação da empresa por meio da publicação de relatórios anuais que incluam questões sociais; a do *capitalismo inclusivo* de C. K. Prahalad e S. L. Hart, voltada ao desenvolvimento de produtos e serviços para a base da pirâmide social; e as de Michael Porter e Mark R. Kramer, que propõem um vínculo entre vantagem competitiva e responsabilidade social. Tais avanços podem ser interpretados como fortes indícios de que a RSE está mais amadurecida e com mecanismos de suporte a práticas consistentes.

Os debates atuais concentram-se na compreensão de que a responsabilidade social é uma responsabilidade ampliada, por incluir uma normatividade não obrigatória (ao estilo “é correto fazer isso, mas não é um dever”) nas dimensões em que as empresas atuam: a econômica, a social e a ambiental. Além disso, há o relacionamento transparente e a consideração dos interesses dos *stakeholders* que gerenciam estrategicamente esses componentes. Estabeleceu-se um amplo entendimento de que, enquanto ator social excepcionalmente poderoso e influente, a empresa pode escolher não apenas se autodisciplinar, mas



**PARA MILTON FRIEDMAN, A ÚNICA RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA É GERAR LUCROS. MECANISMOS DE MERCADO SE ENCARREGAM DE FAZER O RESTO**

