

ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO
FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ

Juliana Pereira de Paula

RESPONSABILIDADE SOCIAL: discussão do conceito no público e no privado

Rio de Janeiro
2009

ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE JOAQUIM VENÂNCIO
HABILITAÇÃO TÉCNICA EM BIODAGNÓSTICO EM SAÚDE

Juliana Pereira de Paula

RESPONSABILIDADE SOCIAL: discussão do conceito no público e no privado

Monografia apresentada à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio como requisito à formação no Ensino Médio de Nível Técnico em Saúde.

Orientadora: Carla Martins

Co-orientador: Jairo Freitas

Rio de Janeiro
2009

"Eu acredito que a figura do pai e do líder são os grandes equívocos de todas as gerações antes da nossa. E que todos nós contamos com Nixon ou Jesus ou quem quer que seja; é uma falta de responsabilidade a gente esperar que alguém faça as coisas por nós. Assim, ele nos ajuda ou nós o matamos ou votamos para que saia. Acho que este é o equívoco, ter figuras paternas. É um sinal de fraqueza, cada um tem de sujar as próprias mãos."
(John Lennon)

Dedico este trabalho aos meus pais, Jorge e Jorgina, e a todos os que me ajudaram nesse período difícil. Dedico também aos que leram esse trabalho, e aos que aturaram meus piores dias de desespero para fazê-lo. E por último, agradeço à minha amiga Thais por me ajudar nos caminhos tortuosos da formatação.

RESUMO

O conceito de responsabilidade social é recente, mas já ocupa um importante espaço entre as instituições e as empresas. Esta afirmação pode ser demonstrada principalmente pela recorrência da criação de projetos sociais pelas empresas privadas. A Responsabilidade Social Corporativa tem sido uma importante ferramenta tanto de auxílio social quanto de marketing. Dessa maneira, o mercado continua a buscar um aumento de lucratividade, entretanto apontando para uma tendência, segundo seus defensores, mais comprometida de ação social. Este trabalho tem por objetivo analisar projetos de responsabilidade social, tanto por instituições públicas quanto por empresas privadas, a fim de se chegar a um conceito sobre esta noção e avaliar sua real definição. No entanto, com ênfase àqueles projetos que apresentam uma relação evidente e direta com a discussão ambiental, a partir de uma análise comparativa.

Palavras-chave: Mercado, Responsabilidade Social, Marketing, Impacto ambiental, Discurso.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO AMBIENTE.....	8
3 ANÁLISE.....	11
3.1 METODOLOGIA.....	11
3.2 DISPUTAS DE SENTIDO.....	11
3.3 PRESSUPOSIÇÃO.....	14
3.4	
DEFINIÇÃO.....	15
3.5 TEMPO, ESPAÇO E SOCIEDADE NO DISCURSO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	16
4 CONCLUSÃO.....	26
REFERENCIAS.....	27

1 INTRODUÇÃO

Neste início do século XXI, não só a sociedade brasileira como o mundo têm ouvido falar em vários novos conceitos, uma parte destes impulsionada pela preocupação com os danos que uma empresa pode causar à sociedade. Isto ocorre principalmente pela anunciação de um tempo de saturação de crises ambientais, demandando a investigação quanto a formas “de tornar a vida sustentável” em todo o mundo.

Neste quadro, temos presente o conceito de responsabilidade social, sendo usado recorrentemente pelas empresas, sobretudo nos meios de comunicação, como forma de amenizar os impactos ambientais, cada vez mais evidentes, na vida contemporânea, assim como de marcar a participação dessas empresas na questão ambiental.

A “Responsabilidade Social” serve a um propósito maior do que enunciar ações ou nomear práticas. Atualmente, se constitui como ideologia reunindo idéias, experiências e propostas que impulsionam ações de instituições públicas e privadas à busca de determinados objetivos político-ideológicos. (MARTINS, André, 2007 p.153)

No entanto, ainda há margem para muitas dúvidas e interpretações divergentes, indicadas pelas próprias empresas, como podemos perceber no trecho seguinte:

“(...) Infelizmente, muitos ainda confundem o conceito com filantropia, mas as razões por trás desse paradigma não interessam somente ao bem estar social, mas também envolvem melhor performance nos negócios e conseqüentemente, maior lucratividade. (...)”. (Site Responsabilidade Social)

Tal trecho fornece uma definição sintética sobre a expressão “responsabilidade social”. Contudo, expõe uma problemática central abordada neste trabalho de pesquisa: o confronto discursivo entre conceitos – como filantropia e a própria responsabilidade social – que se propõem a intervir na sociedade. Esse confronto indica a pertinência de uma pesquisa sobre tal tema, a fim de se estabelecer os confrontos conceituais, origem e natureza dos mesmos.

A Responsabilidade social se relaciona, em última instância, ao meio ambiente, pois também visa a não escassez de recursos para as instituições que promovem tais ações. Desta forma, o conceito é ampliado à uma escala mais ampla podendo ser encarado inclusive como medida preventiva possibilitando a prevenção de riscos futuros, como impactos ambientais ou processos judiciais. Sendo assim, há a necessidade de reconhecer a importância do viés ambiental, podendo-se atribuir à “Responsabilidade socioambiental” o mesmo valor semântico de “Responsabilidade Social”.

Assim, a pesquisa é desenvolvida por meio da análise de seus antecedentes e das disputas em torno do conceito de responsabilidade sócio-ambiental, evidenciado principalmente pela demanda de determinados setores da sociedade que julgavam abusivas determinadas atitudes empresariais. Sendo assim, a empresa que apresentasse um programa de responsabilidade social, baseado em práticas de mitigação de danos ambientais, já possuiria um diferencial frente às outras, alcançando conseqüentemente maior mercado consumidor.

À responsabilidade sócio-ambiental se define da seguinte maneira:

“Podemos conceituar responsabilidades ambientais como ‘efeitos causados por um agente econômico sobre o meio ambiente que geram obrigações financeiras para este agente no sentido de sua compensação futura’. A existência de responsabilidades ambientais está vinculada à sua obrigação em termos de obrigações financeiras”. (Meio ambiente: questões conceituais. TOSTES, Marcelo. UFF. p.53)

A pesquisa tem três objetivos, identificar distintas definições de responsabilidade social; mapear o contexto histórico e social de construção do conceito e das ações de responsabilidade social; e analisar as formas discursivas de naturalização do conceito.

O objetivo será alcançado por meio de análise de documento produzido por três instituições que possuem programas desse tipo: uma pública (Fundação Oswaldo Cruz) e duas privadas (o Banco Bradesco e a Aracruz Celulose¹). A escolha não foi aleatória, e se deve ao fato de se desejar observar as semelhanças e diferenças do discurso acerca do conceito por uma empresa pública (Fiocruz), uma de impactos ambientais conhecidos e evidenciados no meio ambiente (Aracruz) e a outra por não ter um aparente impacto ambiental e mesmo assim se preocupar com programas referentes ao meio ambiente (Bradesco).

¹ Em 2009, no período de confecção deste trabalho, a Aracruz Celulose e Papel passou por uma reorganização societária, tendo suas ações incorporadas pela Votorantim Celulose e Papel (VCP). Desde então o nome da empresa mudou para Fibria Celulose. Entretanto, ao longo de nossa monografia, mantivemos o nome em uso na época da elaboração da pesquisa.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO AMBIENTE

O conceito de responsabilidade social ainda não ocupa um grande número de linhas em livros didáticos, pois só passou a ter sua atual configuração na década de 1990, na conferência Eco 92. Entretanto, seu uso já é recorrente nos meios de comunicação. Tal declaração é comprovada, à medida que observamos como se tornou comum a criação de projetos sociais pelas empresas privadas. Tem-se, assim, a denominada “Responsabilidade Social Corporativa” como método de intervenção social e estratégia de marketing, na busca incessante do mercado pelo aumento de lucratividade, intercalada por uma tendência mais consciente de ação. No entanto, será essa forma eficiente no que tange à mitigação dos impactos causados ao longo de toda história empresarial?

A história do homem é caracterizada pela intervenção no meio ambiente, pois desde os primórdios os seres humanos trabalham para modificá-lo e criar condições adequadas não só à sua sobrevivência, mas ao seu bem-estar. Ou seja, a história social do homem existe por sua intervenção no ambiente, e apenas a ele pode-se chamar de ser social (Pinsky, Jaime, 1987). Essa busca pelo bem-estar fez com que o homem subjugasse a natureza, como se seu fim último fosse servir à humanidade, chamado de finalismo aristotélico. E foi este finalismo que orientou a maior parte das pesquisas até o século XIX, sobretudo na Inglaterra. Entendeu-se o progresso como a capacidade de transformar natureza em cultura e admitiu-se a cidade como um novo ecossistema. (Magnoli, Demetrio, 2004)

Quando se analisa o discurso das empresas selecionadas quanto à responsabilidade social, podemos observar várias questões. Uma delas diz respeito à sociabilidade humana: o homem é, como espécie, um ser social, por ser capaz de criar cultura, mas algumas perspectivas vêem a sociabilidade como uma questão construída e optativa. No caso do capitalismo contemporâneo, a sociabilidade é um privilégio que só será dado àqueles que cooperam para o crescimento da empresa já que é dessa forma que é educado o consenso em seu modelo.

Esta questão diria, sobretudo, respeito à intertextualidade, pois conforme Foucault, “não pode haver enunciado que de uma maneira ou de outra não reatualize outros” (*apud* Fairclough, 2001, cap.3). Ou seja, todo discurso pressupõe a existência de uma história (dos conceitos) e necessariamente dialoga com esta história, mesmo que de forma não-intencional. A intertextualidade não é uma escolha do autor. Assim, pensar na sociabilidade significa refletir sobre o quanto a existência do homem se tornou subordinada ao desenvolvimento

tecnológico, iniciado na Revolução Industrial. O sentido desta sociabilidade também é construído pelo discurso, inclusive no caso da responsabilidade social.

Em 1972, na “Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente Humano”, realizada pela Organização das Nações Unidas em Estocolmo há um marco quanto a questão do desenvolvimento tecnológico. Isso ocorre, porque se começam a buscar elementos de mitigação aos efeitos das mudanças climáticas, causada pela poluição do meio ambiente. Foram então estabelecidos 26 princípios contidos na “Declaração sobre o Meio Ambiente Humano” que estipulava ações, que décadas mais tarde se tornariam metas de negociação.

No entanto, a repercussão não foi a esperada, visto que muitos representantes de nações faltaram à conferência, e não causou uma mudança nos hábitos sociais. Conforme afirma Paulo Moutinho, coordenador do programa de Mudanças Climáticas do Instituto de Pesquisas da Amazônia (Ipam).

“Na sociedade brasileira, os resultados de Estocolmo passaram despercebidos. E por um simples motivo: os problemas ambientais continuavam sendo sempre aqueles que aconteciam numa escala local (no quintal de nossas casas, por assim dizer) e estavam geralmente relacionados com a poluição do ar ou com o lixo nas cidades. E isto é bem compreensível. Ainda hoje, a percepção da sociedade, não somente a brasileira, sobre os problemas ambientais tem sido aquela relativa aos impactos sentidos localmente” (Mudanças Climáticas).

Porém, mesmo com a repercussão abaixo do esperado foi um primeiro passo importante, inclusive com a elaboração de um documento após seus 10 anos, lançado em 1983. Após algum tempo mais de história social e intervenção no meio ambiente, mais precisamente no início da década de 1990, percebe-se a relevância adquirida pelos impactos ambientais. A afirmação pode ser confirmada pela Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CNUMAD), realizada entre três e catorze de junho de 1992, na cidade do Rio de Janeiro.

A conferência, conhecida também como Rio Eco 92, contou com a presença maciça de inúmeros chefes de estado, diferentemente da convenção anterior ocorrida em 1972 (Estocolmo). Durante esse período, a capital federal do Brasil voltou a ser o Rio de Janeiro, mesmo que temporariamente, para que seja possível se ter uma referência da importância do evento. Mas o motivo para que este evento seja elencado neste trabalho diz respeito aos consensos alcançados e conceitos criados, como sustentabilidade, responsabilidade social, e, o ainda que controverso, desenvolvimento responsável/sustentável. (Ambiente Brasil – Portal Ambiental).

A literatura crítica sobre responsabilidade social tem apontado que o interesse por projetos em educação por parte das empresas se justifica dentro do contexto neoliberal. Neste, se pretende reproduzir a ideologia capitalista que promove a adesão aos valores vigentes.

Por esta razão, os estudos na área de educação analisados relacionam a reforma educacional na década de 1990 aos interesses do capital. A responsabilidade social exerceria um papel neste contexto, mediando as intenções do capital e as ações sociais efetivas.

Assim, a reforma educacional brasileira, concretizada em uma nova Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), com a elaboração de Parâmetros Curriculares Nacionais, é apontada por Neves (2004) como uma das formas pelas quais o capitalismo ganha “a disputa hegemônica nas sociedades urbano-industriais contemporâneas que não mais se caracterizam pela restrição do poder à aparelhagem estatal (...)” que atenderiam aos interesses da burguesia, beneficiária das relações de exploração vigentes daí se estabelecendo a nova pedagogia da hegemonia.

A autora discute, neste contexto, os projetos sociais na área da educação, apontando que estes, na verdade, apenas constituem uma outra forma de filantropia. Além disso, por ser uma forma hegemônica, forma sujeitos passivos e reprodutores dos modelos de exploração vigentes. O interesse na área da educação seria explicado pelo fato da escola ser um espaço no qual há a formação de valores, muito propício à semeadura da hegemonia ideológica, e como este espaço tem sido satisfatório à implantação e aprofundamento do modelo societário neoliberal desde 1980. Logo, o foco da responsabilidade social na área da educação (entendida em seu sentido mais amplo, contemplando o processo formativo ocorrido em sala de aula, assim como as relações humanas vividas) poderia ser explicado pelos interesses na corroboração dos padrões hoje dominantes, segundo Gramsci (apud “A nova pedagogia da hegemonia”).

Em relação à responsabilidade social nas instituições selecionadas pelo nosso projeto, supomos que há uma naturalização do processo de desenvolvimento, como uma força para além do controle de qualquer empresa; esta apenas é regida pelo processo. Portanto, a responsabilidade social é uma escolha facultativa à empresa, mas sua margem de atuação se resume apenas à dimensão de mitigação de danos, na maior parte dos casos. Os padrões que avaliam a responsabilidade social tendem a ser – mundialmente – hegemônicos, definindo, assim, o que conta como “social” e o que não conta. Percebe-se, então, a “responsabilidade social” como um mecanismo que possibilitará a aplicação das leis, uma vez que é realizada pelos formadores de opinião. Afinal, no atual contexto social as empresas são muito mais atuantes no cotidiano, do que o próprio governo;

3 ANÁLISE

3.1 METODOLOGIA

A metodologia adotada no trabalho seguiu a tradição da análise do discurso das três instituições escolhidas. Visando tornar tal análise mais objetiva foram escolhidos três documentos como base: o “Relatório Anual de Sustentabilidade de 2008” da empresa Aracruz Celulose, o Relatório Anual de 2008 da Fundação Bradesco, e a página de “Responsabilidade Social” de Farmanguinhos.

Alguns conceitos serão usados como ferramentas para essa análise, a partir de trechos onde haja disputa de sentido, a pressuposição e formas distintas de definição dos conceitos recorrentes nos documentos mencionados. Para a pesquisa documental, foi utilizada a internet como fonte, para obter nos *sites* da própria empresa os textos relevantes ao estudo, sobretudo a partir dos sites das instituições escolhidas (Fundação Oswaldo Cruz, Aracruz Celulose e Fundação Bradesco).

3.2 DISPUTAS DE SENTIDO

Para Fairclough (2001), a disputa de sentido.

Por exemplo, a disputa de sentido ocorre quando se cita uma definição para logo depois corrigi-la. Também ocorre quando o autor cita outras fontes para sustentar o conceito.

Por fim, a disputa de sentido pode ser identificada também quando um autor diz aquilo que a responsabilidade social não é!

É observado que na contemporaneidade, vivem-se continuamente os impactos da revolução tecnocientífica, também conhecida como a “era da informação”. Por este motivo, é básico perceber como os termos discursivos são importantes à realidade. O campo da informação pode ser notado como essencial para se formular qualquer conceito atualmente, e quem consegue fazer seu discurso valer sobre outrem tem a vantagem de jogar dentro das regras do próprio jogo.

A responsabilidade social começa a surgir em 1972, durante a “Conferência Mundial pelo Meio Ambiente Humano”, realizada pela Organização das Nações Unidas, em Estocolmo. Através das primeiras definições como uma “busca pela mitigação dos efeitos das mudanças climáticas” (em Estocolmo) até alcançar o status de “forma de gestão”, como

define o Instituto Ethos, desenvolveu-se um discurso sobre Responsabilidade Social que construiu o próprio conceito e sua naturalização como forma de sociabilidade.

Sendo assim, pode se compreender que a Responsabilidade Social não é um conceito estanque, já estabelecido em dicionários. Muito além disso, ele é formado e atualizado a cada citação do mesmo. Se for uma forma de gestão adotada por empresas como define o ETHOS, é também um conceito que altera toda a sociedade, fazendo com que os atores sociais tenham novas atribuições. Mais do que uma questão lingüística, o conceito é alçado a constituinte político.

A Responsabilidade Social é alvo deste trabalho, pois se constitui como objeto de “disputa de sentido” em relatórios anuais e de sustentabilidade, com anúncios em jornais, revistas e comerciais de televisão. Em todos, há o bombardeio de empresas que citam seus projetos sociais, como se toda a “Responsabilidade Social” pudesse ser definida por aquela ação se difundindo em diversos setores da economia. Do banco à instituição de saúde todos querem declarar sua “Responsabilidade”.

Tal tendência visa usar a projeção de determinados projetos sociais como marketing, afinal muitas vezes a responsabilidade social pode ser “esvaziada” a ponto de se tornar mais um processo para visibilidade.

Dessa forma, o conceito torna-se cotidiano, e o discurso veiculado pela instituição torna-se naturalizado, portanto, legitimado em si mesmo, mas produzindo também novas disputas de sentido.

A partir do momento em que se enfatiza a discussão, é necessário recordar que os meios de comunicação são o nicho de “proliferação conceitual”. Então, parte dos confrontos também são produtos dessa comunicação, que tira a discussão do âmbito empresarial, onde é discutida e aplicada. Considerando-se dessa forma, todo conceito é moldado pelo discurso da mídia, uma vez que faz a ligação entre público e instituições, tornando o modelo de gestão um conceito de alta relevância à construção da sociedade.

Ao mesmo tempo em que a mídia naturaliza um discurso ainda problemático e veicula os interesses das empresas, que pagam para ter seu comercial exibido, não se pode desmerecer a utilização do veículo para informar a sociedade sobre ações empresariais. E apesar da parcialidade que possa apresentar, há de se ressaltar que é importante a utilização dos meios de comunicação, pois são mais uma forma de se buscar a transparência nas ações da empresa, principal demanda pelos defensores da prática de “Responsabilidade Social”. E, ainda que em um comercial, a televisão se comporte apenas relatando um discurso alheio, o seu apelo faz com que se alcance uma dimensão pública. E procurar tal dimensão significa, principalmente,

tornar viável que vários grupos e instituições possam problematizar o que vêem e lhes dar outros aspectos quanto à definição do fenômeno. Neste cenário, a responsabilidade social gera conflitos, enquanto muitos tentam lhe definir, disputando seus sentidos.

Como exemplos de disputa de sentido no material analisado, podemos destacar dois trechos, selecionados no Relatório Anual e de Sustentabilidade, referente ao ano de 2008, da empresa Aracruz Celulose.

No trecho a seguir, percebe-se uma disputa de sentido acerca do relacionamento, que confrontando o modelo de diálogo existente e oferecendo-lhe um novo sentido.

“Em 2008, avançamos na construção de um modelo de diálogo e engajamento com as comunidades vizinhas que leva em consideração as características e demandas próprias de cada região e a forma como nossas atividades afetam suas realidades. Esse modelo já está sendo implementado e vem nos ajudando a corrigir e aperfeiçoar nosso estilo de relacionamento, substituindo as ações assistencialistas por projetos sustentáveis, que buscam a convergência das necessidades das comunidades com as competências da Empresa, especialmente na área florestal”. (ARACRUZ CELULOSE, 2008, pg.14)

Ainda neste trecho pode ser percebida uma crítica da empresa às suas próprias práticas, mas esta só é feita após já haver uma alternativa ao problema. Ou seja, a empresa insiste em uma postura infalível, apontando seus erros como pequenos. Pequenos a ponto de só a Empresa poder percebê-los. Mas ainda assim essa insiste em repará-los, por conta de seu compromisso com a sociedade.

Outro trecho que apresenta a disputa de sentido, ainda no mesmo relatório é:

“O aquecimento global deixou de ser somente preocupação de ambientalistas e tornou-se pauta também em reuniões de cunho socioeconômico e de planejamento estratégico para empresas e países.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008, pg.66)

Um trecho potencialmente irônico, uma vez que a causa dominante do aquecimento global tem sido a queima dos combustíveis fósseis à base de carbono (Pearce, “O aquecimento global, pg. 17). Não devemos nos esquecer que são os mesmos combustíveis que garantem o funcionamento de carros e máquinas a serviço da empresa.

3.3 PRESSUPOSIÇÃO

Para Fairclough (2001), pressuposições são:

“[...] proposições que são tomadas pelo(a) produtor(a) do texto como já estabelecidas ou dadas [...]. Em muitos casos de pressuposição, o ‘outro texto’ não é um outro texto especificado ou identificável, mas um ‘texto’ mais nebuloso correspondendo à opinião geral (o que as pessoas tendem a dizer, experiência textual acumulada) [...] As pressuposições são formas efetivas de manipular as pessoas, porque elas são freqüentemente difíceis de desafiar” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 135-156).

Ou seja, a pressuposição é uma mensagem implícita ao texto, supondo uma determinada lógica de pensamento que orientará a interpretação feita pelo leitor. A mesma é utilizada muitas vezes sem que o leitor perceba.

Por exemplo, no material analisado, nota-se que, os relatórios optam por um discurso que parece fazer referência a outros textos ou outras informações que o leitor já conheceria, inclusive utilizando o vocabulário recorrentemente usado em publicações do tipo. Estas estratégias contribuem para uma naturalização do conceito.²

A apropriação pelos relatórios de termos já dados na construção de um novo texto pode ser identificada no seguinte trecho do material analisado:

“Com carga horária distribuída em dois anos, o programa oferece formação técnico-profissional e a vivência do ambiente de trabalho por meio de funções desempenhadas pelos alunos nas unidades do Bradesco.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008, p.19)

Em tal trecho, se pressupõe as funções desempenhadas pelos alunos, uma vez que se diz apenas que lhes é oferecida a vivência no local de trabalho. Tentado nos manipular, indiretamente, dizendo que seja qual for a função que um aluno do ensino técnico da Fundação Bradesco exerça, em uma unidade do Bradesco, será fundamental para sua vivência no ambiente de trabalho. Outro exemplo de pressuposição é encontrado neste trecho:

“Para a implementação dessa estratégia, um novo modelo de gestão de biodiversidade foi estruturado em onze áreas de atividades, abordando as temáticas biológicas e sociais de forma integrada, com foco no manejo da paisagem; na restauração e proteção de ambientes naturais, com ênfase em Áreas de Alto Valor de Conservação (AAVC); no estudo, monitoramento e uso sustentável da biodiversidade; e na relação da empresa com as

² Estas estratégias compõem aquilo que em análise do discurso é chamado de “intertextualidade” (FAIRCLOUGH, 2001, pg. 135).

comunidades do entorno — incluindo atividades de educação e outras iniciativas na área de responsabilidade socioambiental, sendo a abrangência das ações aplicável tanto aos limites atuais do empreendimento quanto às áreas de expansão.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008, p.55)

Para quem não está acostumado com os jargões de empresas é difícil entender o que são Áreas de Alto Valor de Conservação (AAVC), e, em nenhum momento, o relatório se dispõe a explicar o que torna essas áreas mais “valiosas” que todas as outras. É também possível perceber que já havia um antigo modelo de gestão de biodiversidade, mas não é possível saber como o mesmo funcionava, uma vez que se fala que uma das áreas de atividade diria respeito à restauração de ambientes naturais, o que dá margem a se entender que o antigo plano ficava a desejar neste aspecto.

Em última instância, a pressuposição fundamental do texto diz respeito ao próprio conceito da responsabilidade social. A pressuposição-base do texto é, portanto, “Existe uma área de responsabilidade socioambiental”.

Tais exemplos corroboram Fairclough, que aponta as pressuposições como formas de manipulação de indivíduos, neste caso propagando boas-ações, nem sempre eficientes, de empresas que aproveitam mais um veículo de marketing.

3.4 DEFINIÇÃO

Definições são usadas, a princípio, para esclarecer conceitos, com a finalidade de denotar o sentido da palavra. Uma definição satisfatória faz com que o leitor possa ter uma noção do mesmo aplicado em sua vida cotidiana. Se tal definição for bem feita, a pessoa será capaz de reconhecer atribuindo o conceito às ações que lhe concernem e só a tais ações.

As definições são também formas discursivas ideológicas, como no trecho:

“Compromisso com os públicos beneficiados, disponibilizando os melhores recursos tecnológicos, modelos pedagógicos eficazes, estruturas de apoio de qualidade e programas educacionais que atendam às necessidades de crianças, jovens e adultos, em sintonia com o mundo moderno e respeitando as diferentes realidades regionais.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008, p.6)

Quando se fala que os recursos estão em sintonia com o mundo moderno, há uma generalização, definindo que, no contexto atual, em que se vive nesse “mundo” todos podem dispor desses recursos, ou ainda que os mesmos são essenciais à vida contemporânea. No

entanto, o argumento torna-se falacioso por assumir essa generalização, quando a realidade o contradiz.

3.5 TEMPO, ESPAÇO E SOCIEDADE NO DISCURSO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Como conceitos que criam o discurso sobre responsabilidade social, foram identificados os seguintes: “ambiente”, “entorno”, “local/global”, “permanente”, “visão”, “busca”, “manutenção” (mais encontrada na forma verbal “manter”), “clientes”, “compromisso”, “comunidade”, “diálogo” (e seus adjetivos), “cidadania” (idem), “ética”, “fornecedores”, “funcionários”, “líderes”, “responsabilidade”, “transparência”, “social” e “sociedade”.

A recorrência destes conceitos nas dimensões supracitadas evidencia uma busca de legitimação do discurso sobre responsabilidade social, localizando-os em um tempo, um espaço e uma sociedade. Assim, esses conceitos podem ser agrupados em três dimensões principais: espaço, tempo e relações sociais. Gostaríamos de observar, entretanto, que essas três dimensões são complementares, portanto a separação tem caráter meramente expositivo, para tornar nossa análise mais clara.

Quanto à questão espacial, temos o “ambiente”, o “entorno”, o “local” e o “global” entre os conceitos mais empregados; na dimensão temporal, consideramos “visão”, “busca” e “manutenção”; e finalmente na dimensão das relações sociais, agrupamos “clientes”, “compromisso”, “comunidade”, “diálogo”, “cidadania”, “ética e transparência”, “funcionários”, “líderes”, “responsabilidade social” e “sociedade”. Iniciaremos a análise pela dimensão espacial. A seguir apresentamos exemplos da ocorrência das palavras relacionadas nesta dimensão.

Visando melhorar a leitura os exemplos seguirão a seguinte ordem: O primeiro fragmento será retirado do Relatório de Atividades da Fundação Bradesco referente à 2008; o segundo será extraído do Relatório anual de sustentabilidade da Aracruz Celulose referente ao ano de 2008; e, por último, o terceiro fragmento será extraído da página de responsabilidade social da instituição Farmanguinhos.

1- “Compromisso com os funcionários e colaboradores, a partir da criação de um ambiente de trabalho saudável, com oportunidades de crescimento profissional e promoção pessoal e formação continuada”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg.6)

2- “O compromisso com a sustentabilidade é, portanto, um bem de raiz da Empresa e significa produzir celulose a partir de florestas plantadas, respeitando o meio ambiente e considerando as comunidades vizinhas como suas parceiras”.(ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg.13)

3- “A atuação social da Fundação Oswaldo Cruz e Farmanguinhos se guia numa proposta de saúde pública voltada para uma visão integral do homem, como um ser que vive em sociedade e no ambiente, condicionado por circunstâncias econômicas, sociais e culturais”. (FARMANGUINHOS, 2009)

Percebe-se que no discurso da Empresa Aracruz Celulose, uma fabricante de derivados da celulose, tem-se o emprego da palavra ambiente em um sentido associado à natureza, um ambiente típico de floresta, por exemplo. Enquanto que, na Fundação Oswaldo Cruz, que tem sua sede em um ambiente urbano, se comenta sobre o ambiente com que a pessoa se relaciona, possuindo um sentido mais amplo e de integração com o ambiente em oposição ao distanciamento que o leitor do relatório de sustentabilidade da Aracruz pode perceber à referência ao meio ambiente. Já no relatório da Fundação Bradesco percebe-se a referência ao ambiente de duas formas distintas.

1- “Compromisso com o meio ambiente, por meio de atividades e práticas que educam alunos e comunidades para uma compreensão dos problemas ambientais do seu entorno e para uma mudança de atitudes que podem fazer a diferença em favor de uma relação mais equilibrada com o Planeta”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 6)

2- “O exercício desse compromisso vem acompanhado de mais vigilância e cobrança da sociedade e de maiores responsabilidades pelo bem-estar das comunidades e pela qualidade ambiental no entorno de nossas fábricas associados a nossas operações”. (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 14)

3- “O evento conta com colaboração de voluntários, de Farmanguinhos e das instituições parceiras e resulta na integração de Farmanguinhos com as indústrias do entorno e com a comunidade local”. (FARMANGUINHOS, 2009)

A existência do entorno é uma unanimidade entre as três empresas analisadas, o que vem a corroborar o distanciamento já apresentado por uma delas quando se fala de ambiente. A empresa está apenas tangenciada pelo seu entorno e pelas pessoas que lá habitam, marcando discursivamente uma suposta cisão entre produção e sociedade. Pode-se entender inclusive essa suposta cisão como um dos preceitos da prática de responsabilidade social: Quando uma empresa assume um papel de socialmente responsável, se põe em uma posição hierarquicamente superior à das pessoas ajudadas.

1- “Aumento da consciência acerca da sustentabilidade: gerar o entendimento, mobilização local, nacional e global pelo desenvolvimento sustentável”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg.6)

2- “Como resultado, a Votorantim Celulose e Papel irá possuir uma parcela de 96,5% do capital votante da Aracruz, possibilitando a criação de uma empresa brasileira líder global em papel e celulose”. (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg.22)

“Ele diz que as empresas prometem que vão usar mão-de-obra local, mas acabam trazendo muita mão-de-obra de fora”. (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 35)

3- “Com uma visão global, mas sempre atenta às necessidades locais (...)”. (FARMANGUINHOS, 2009)

A dicotomia entre global e local é evidente, em todos os documentos. Ao mesmo tempo em que se percebe expressões como crescimento global, relacionados à área de influência da empresa, são feitas citações que apontam benefícios, na maioria das vezes, evidenciando a valorização da atuação das instituições nos dois âmbitos. No entanto, há também problemas ocorridos em determinadas sociedades causados por determinada instituição. Tal dicotomia torna possível perceber a naturalização do discurso de valorização do progresso, como um bem em si, a nível global, naturalizando-se também que as vezes malefícios possam ocorrer, a um ou outro setor da sociedade, mas que se deve escolher entre o que representaria o bem maior. Ou seja, ao mesmo tempo em que somos levados a acreditar que há igual preocupação na atuação nos dois âmbitos, afirma-se a subordinação do local ao “econômico”.

Após a análise da dimensão espacial, voltemo-nos, então, para a análise da incidência de conceitos relacionados à dimensão temporal.

1- “A ênfase na noção de interdependência e no respeito à diversidade, dois pilares do conceito de sustentabilidade, contribui para reforçar uma visão de mundo cidadã que orientará as relações dentro e fora da escola”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 12)

2- “Ele é pressuposto para um empreendimento que obtém da terra a matéria-prima para seu produto e trabalha necessariamente com visão de longo prazo”. (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 13)

3- “A atuação social da Fundação Oswaldo Cruz e Farmanguinhos se guia numa proposta de saúde pública voltada para uma visão integral do homem”. (FARMANGUINHOS, 2009)

O conceito de “visão”, em sua colocação discursiva, estaria relacionado à idéia de construção de um projeto futuro por parte da instituição. Corroborando também a posição de seriedade da mesma, uma vez que assegura a intenção de se dar continuidade ao projeto, o que tornaria a população mais confiante nas ações de responsabilidade social.

1- “Nesse esforço, a tecnologia tem sido meio fundamental para inovar nos processos, dentro e fora da sala de aula, em busca permanente dos mais elevados padrões de qualidade e excelência”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg.26)

“Não por outro motivo, em linha com as melhores práticas de mercado, investe, em média, 5% de seu orçamento em recursos tecnológicos tanto para melhorar os processos educacionais quanto para manter uma posição de destaque em pesquisa e desenvolvimento de modelos mais eficazes de ensino-aprendizagem”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 26)

2- “Esse modelo já está sendo implementado e vem nos ajudando a corrigir e aperfeiçoar nosso estilo de relacionamento, substituindo as ações assistencialistas por projetos sustentáveis, que buscam a convergência das necessidades das comunidades com as competências da Empresa, especialmente na área florestal.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 14)

“A Aracruz mantém um canal de comunicações anônimas administrado por empresa independente, com total garantia de sigilo.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 25)

3- “(...) Farmanguinhos busca, através de projetos sociais, cumprir seu compromisso com a responsabilidade social. O Instituto mantém diálogo permanente com líderes comunitários do entorno e investe em projetos que geram benefícios”. (FARMANGUINHOS, 2009)

Há dicotomia semelhante à de global/local entre os verbos “buscar” e “manter”, uma vez que expressam idéias distintas. A “manutenção” daria a noção de satisfação com o modelo vigente, enquanto que a busca deixaria entrever de que a instituição sente a necessidade de melhorar algum aspecto.

E por último, dediquemo-nos à dimensão que concentrou o maior número de termos: a das relações sociais.

1- “Baseado na metodologia do *Balanced Scorecard* (BSC), o PGE alinha a estratégia em termos operacionais (mapas estratégicos, medidas e planos de ação específicos), convertendo-a em processo contínuo e tarefa de todos, a partir de quatro frentes: do *Cliente* (valores a serem entregues), *Interna* (processos), do *Aprendizado e Inovação* (tecnologias, competências e cultura) e *Financeira* (orçamentos, responsabilidade fiscal e legal)”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 26)

2- “Com a gestão por processos, é possível ter uma definição clara dos responsáveis pelos processos; dos fornecedores e clientes, e seus respectivos requisitos; definição e monitoramento de indicadores e metas; desenho detalhado dos processos (mapas) com as atividades, setores e cargos envolvidos e sua inter-relação com outros processos da Empresa, e a compreensão do papel de cada um em relação à estratégia.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008, pg. 27)

3- “Farmanguinhos não só cumpre suas obrigações legais, mas tem por premissa relações éticas e transparentes, e assim ganha condições de manter o melhor relacionamento com parceiros e fornecedores, clientes, funcionários, governo e sociedade”. (FARMANGUINHOS, 2009)

O termo clientes também está presente no discurso das três empresas selecionadas, o que é esperado no caso das duas empresas privadas. No entanto, choca em um primeiro momento quando encontrado no discurso de uma instituição pública. A incidência do termo, estranho à primeira vista, pode ser explicada pelo fato de Farmanguinhos fabricar medicamentos e fornecê-los aos hospitais do Sistema Único de Saúde, recebendo capital por isso. Mas é importante se destacar como as relações capitalistas estão naturalizadas mesmo que em âmbito governamental.

1- “Compromisso com a diversidade, por meio de atividades que visam estimular nos alunos e nas comunidades o respeito às diferenças como principal instrumento para a construção de uma sociedade mais tolerante, solidária, democrática e cidadã”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 6)

2- “A Veracel foi criada com o compromisso de ser referência mundial em sustentabilidade e empenha-se em manter um diálogo permanente com todos os seus públicos estratégicos”. (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 71)

3- “Com uma visão global, mas sempre atenta às necessidades locais, Farmanguinhos busca, através de projetos sociais, cumprir seu compromisso com a responsabilidade social”. (FARMANGUINHOS, 2009)

“Compromisso” é outro conceito recorrente. A todo o momento é afirmada a existência de um compromisso. E tal compromisso sempre é com algum conceito já dado como certo, seja “a responsabilidade social”, “as questões socioambientais” ou com a “sustentabilidade”. Como se tais conceitos já fossem legitimados e muito claros ao conhecimento da população, de forma que se isentam de explicá-los. Legitimando o discurso.

1-“Foi com base nessa crença que Amador Aguiar criou, há 52 anos, uma fundação empresarial para educar pessoas capazes de transformar a sua própria vida, a vida de suas comunidades e a do País.”(FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 4)

2- “Como resultado desse trabalho, as seis questões identificadas como mais materiais para a Aracruz são a certificação pelo Forest Stewardship Council (FSC), governança corporativa, o impacto das plantações na biodiversidade, o impacto das plantações nas comunidades, o relacionamento com comunidades indígenas e o suprimento de madeira de terceiros.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 80)

3-“A instituição incorporou a sua missão o compromisso social, visando consolidar a excelência da empresa no campo da cidadania empresarial, comprometendo-se em combater a pobreza e a promover a cidadania através do fortalecimento das organizações sociais que cooperam com o protagonismo das comunidades no processo de desenvolvimento local.” (FARMANGUINHOS, 2009)

As comunidades também integram o vocabulário das empresas, como atores sociais participantes desse jogo de poder, mas como entidades passivas. Ou seja, não são ativas nas relações, mas apenas servem como algo a ser mudado, impactado ou ajudado, esvaziando sua autonomia de mudança do contexto social.

1- “Nesse esforço, valoriza os espaços de diálogo, respeita as diferentes formas de cultura e estimula os alunos a elaborarem o conhecimento a partir de sua realidade local sem, no entanto, deixar de lado a conexão com o global, tão necessária no mundo interconectado em que vivemos.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 4)

2- “No plano social, iniciamos um novo modelo de diálogo e engajamento com as comunidades vizinhas aos nossos plantios florestais, bem como a revisão dos projetos socioambientais próprios.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 9)

3- “O Instituto mantém diálogo permanente com líderes comunitários do entorno e investe em projetos que geram benefícios.” (FARMANGUINHOS, 2009)

Percebe-se nos trechos acima a percepção do diálogo enquanto recurso operacional, uma vez que tenha de ser estabelecido um determinado espaço, seguindo modelos pré-determinados. E que devam ocorrer com frequência x ou y. Tanta burocratização só vem corroborar o afastamento da empresa em relação àqueles que são alvo de seus programas de responsabilidade social.

1- “Do ensino infantil ao fundamental e médio, assim como na educação profissional de jovens e adultos, os alunos da Fundação Bradesco são preparados para dominar habilidades técnicas como leitura, escrita e cálculo, além de desenvolver o

pensamento crítico e o efetivo exercício da cidadania, atributos necessários em um mundo em constante transformação.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 6)

2- “Entre as "50 Melhores Empresas em Cidadania Corporativa", em pesquisa realizada pela Gestão & RH Editora, entre as 1000 maiores e melhores empresas brasileiras.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 77)

3- “A instituição incorporou a sua missão o compromisso social, visando consolidar a excelência da empresa no campo da cidadania empresarial, comprometendo-se em combater a pobreza e a promover a cidadania através do fortalecimento das organizações sociais que cooperam com o protagonismo das comunidades no processo de desenvolvimento local.” (FARMANGUINHOS, 2009)

São percebidos vários adjetivos vinculados ao substantivo “cidadania”, como se a mesma apresentasse vários níveis de cidadania. Mas há a contradição inerente à própria expressão, pois, pelo certo, a garantia deveria ser garantida pelo governo, a cada indivíduo, e não precisar de intermediários como empresas. Destaca-se também que nesse discurso há a legitimação por parte das empresas dessa posição, podendo-se entender também como uma forma de assumir tal poder.

1- “Compromisso com a ética e a transparência, a partir de uma gestão eficaz dos recursos, auditada publicamente, e compromissada com os impactos efetivos dos programas na melhoria da qualidade de vida de indivíduos e comunidades.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg.6)

2- “O Bureau Veritas Certification implantou um Código de Ética em toda a organização para manter altos padrões éticos de seus profissionais nas atividades empresariais.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 86)

“Os princípios que orientam o modelo de governança corporativa são transparência, clara definição de funções, independência da administração, equidade de tratamento aos acionistas e prestação de contas.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 23)

3- “Farmanguinhos não só cumpre suas obrigações legais, mas tem por premissa relações éticas e transparentes, e assim ganha condições de manter o melhor relacionamento com parceiros e fornecedores, clientes, funcionários, governo e sociedade.” (FARMANGUINHOS, 2009)

“Ética” e “transparência” são conceitos recorrentemente empregados juntos, sendo a transparência geralmente deixada em segundo plano, submetida à ética, muitas vezes como mera coadjuvante, e muitas vezes transmitindo a idéia de que não basta cumprir as normas necessárias, mas é essencial permitir que todos “vejam” isso. A transparência é essencial à

existência da ética, e vice-versa. Não há o que mostrar se não for ético, mas a ética por si só não basta para cativar a confiança da população.

1- “Compromisso com os funcionários e colaboradores, a partir da criação de um ambiente de trabalho saudável, com oportunidades de crescimento profissional e promoção pessoal e formação continuada.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg.6)

2- “Diferentemente do ano anterior, desta vez o método abrangeu uma série de entrevistas com partes interessadas dos grupos: Investidores, Clientes, Fornecedores, ONGs e Funcionários;” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg.84)

3- “(...) e assim ganha condições de manter o melhor relacionamento com parceiros e fornecedores, clientes, funcionários, governo e sociedade.” (FARMANGUINHOS, 2009)

Os funcionários são vistos como um grupo a parte, estão no intermediário entre a empresa e a “comunidade”. Isso faz com que sejam responsáveis por prestar o serviço e passar uma imagem positiva da empresa. Ao mesmo tempo, eles têm de ser beneficiados para passar tal imagem, uma vez que não têm a mesma condição financeira dos donos da empresa. Tal esforço se traduz nas “oportunidades de crescimento” oferecidas ao funcionário, para que o mesmo sempre se esforce mais e mais em nome da empresa, fazendo com que a mesma cresça.

1. “Desenvolvendo futuros líderes sustentáveis”. (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg.14)

2. “Também fazem parte das atividades programas de orientação a estudantes na constituição e gerenciamento de uma empresa, no desenvolvimento de líderes comunitários e de estímulo ao interesse pelo mundo dos negócios.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 74)

3. “O Instituto mantém diálogo permanente com líderes comunitários do entorno e investe em projetos que geram benefícios.” (FARMANGUINHOS, 2009)

O termo “líderes” denota a necessidade de mais um intermediador, evidenciando novamente o distanciamento que a empresa assume frente à comunidade. No entanto, de maior gravidade é quando as mesmas empresas assumem a responsabilidade pela formação desses líderes, ou como usam no termo adotado denotando a prática produtiva o “desenvolvimento”, criando um discurso de que a liderança pode ser desenvolvida, e não mais é uma característica inerente a determinados indivíduos. Padroniza-se o pensamento capitalista de que tudo pode ser desenvolvido, exceto o próprio desenvolvimento.

1. “Menção Honrosa, na Modalidade Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social, pela qualidade e destaque do trabalho desenvolvido.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 54)

2. “Obter resultados consistentes em bases sustentáveis exige humildade e disposição para o diálogo, responsabilidade no uso dos recursos naturais e lucratividade.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 14)

“O Sistema de Gestão Integrado adotado pela Empresa contempla requisitos de gestão ambiental e social, entre outros.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg.69)

3. “Com uma visão global, mas sempre atenta às necessidades locais, Farmanguinhos busca, através de projetos sociais, cumprir seu compromisso com a responsabilidade social.” (FARMANGUINHOS, 2009)

A responsabilidade social é o tema deste trabalho, então mais do que nunca sua análise se faz necessária. No entanto, os trechos encontrados não nos fornecem informação, uma vez que é utilizado o mecanismo de pressuposição. É possível perceber que não é explicado o que é responsabilidade social nem nesses trechos, nem em todo o resto do documento. Isso ocorre por ser uma forma mais fácil de validar o discurso, aceitando o conceito como existente. Ao empregar o conceito, responsabilidade social, e não tentar explicá-lo a empresa se isenta da responsabilidade de dar definições que possam ser confrontadas (o que não quer dizer que este confronto não possa ocorrer).

1- “Compromisso com as políticas públicas que interessam ao conjunto da sociedade, interagindo com os governos, nos três níveis, e colocando à disposição deles, para benefício público, o seu conhecimento, seus modelos e produtos educacionais.” (FUNDAÇÃO BRADESCO, 2008. Pg. 6)

2- “Assim é também com as organizações, que, cada vez mais, precisam dialogar e relacionar-se com a sociedade, considerando suas peculiaridades e culturas.” (ARACRUZ CELULOSE, 2008. Pg. 70)

3- “Farmanguinhos não só cumpre suas obrigações legais, mas tem por premissa relações éticas e transparentes, e assim ganha condições de manter o melhor relacionamento com parceiros e fornecedores, clientes, funcionários, governo e sociedade.” (FARMANGUINHOS, 2009)

Pelo discurso, é possível perceber que a empresa também se posiciona fora da sociedade. Tal esforço se assemelha a uma busca pela onisciência, estar em todos lugares (ou não estar em lugar nenhum), influenciar a todos, sem se restringir a um plano físico. E é

desnecessário indicar ao leitor como é impossível, na realidade de posicionar de tal forma, uma vez que tais instituições são feitas da ação humana.

Desta forma se espera que tenha sido possível destrinchar neste capítulo de análise as colocações discursivas, e a ideologia por trás das mesmas.

4 CONCLUSÃO

Durante essa leitura, conforme já dito muitas vezes nos deparamos com confrontos de conceitos em discursos acerca de responsabilidade social. Mas investigou-se se tal discurso não fora estabelecido, propositalmente, de forma pouco explícita. E este fato normalmente passa despercebido por conta dos artifícios textuais amplamente utilizados dentre estes a disputa de sentido, pressuposição e definição.

Nesta monografia, analisamos o conceito de responsabilidade social e comprovamos sua relevância, ao considerarmos documentos provenientes de instituições renomadas como a Aracruz Celulose, Fundação Bradesco e Farmanguinhos.

Neste sentido, nossa monografia buscou contribuir para a discussão deste conceito, já apontado como importante por outros autores como Lúcia Neves e André Martins.

Neste percurso partimos da análise de discurso, para considerar as formas ideológicas de construção do conceito, identificando definições, pressuposições e disputas de sentido.

A análise revelou que o discurso da responsabilidade social se organiza pela naturalização do humano a partir de três componentes : tempo, espaço e relações.

Concluindo-se que tais elementos contribuem para a naturalização e legitimação do conceito.

Neste estudo, buscamos contribuir para uma análise crítica da sociedade explicitando como um conceito influi em todo arranjo social, designando e naturalizando atores e funções sociais.

REFERÊNCIAS

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: UnB, 2001.

HERCULANO, Selene C. **Meio ambiente: questões conceituais**, Rio de Janeiro: Riocor, 2000.

MAGNOLI, Demétrio. **Projeto de ensino de geografia : natureza, tecnologias, sociedades, geografia geral**. São Paulo : Moderna, 2004

NEVES, Lúcia Maria Wanderlei. **A nova pedagogia da hegemonia: estratégias do capital para educar o consenso**. São Paulo: Xamã, 2004.

PORTO, Marcelo Firpo de Souza: **Uma ecologia política dos riscos**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

Disponível em:<http://www.aracruz.com.br/show_arz.do?act=stcNews&menu=true&lastRoot=8&id=18&lang=1 >. acesso em 06 jun. 2009

Disponível em:<http://www2.far.fiocruz.br/farmanguinhos/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=28> acesso em 06 jun. 2009

Disponível em:<<http://www.fb.org.br/institucional>> acesso em 06 jun. 2009

Disponível em:<<http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=./gestao/index.html&conteudo=./gestao/artigos/rio92.html>> acesso em 07 jul. 2009.

Disponível em:<<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/90?page=0,1>> acesso em 18 nov. 2009

Disponível em:<<http://www.redebonja.cbj.g12.br/ielucs/necom/rastros/rastros01/rastros0101.html>> acesso em 17 out. 2009