

A DIFUSÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL: AS INICIATIVAS DE INSTITUCIONALIZAÇÃO DO FENÔMENO

LEONARDO PETRILLI - leopetrilli@yahoo.com.br
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA - UFRA

ALESSANDRA RACHID - arachid@power.ufscar.br
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS - UFSCAR

MARIO SACOMANO NETO - msacomano@ufscar.br
UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA - UNIMEP

JULIANA FERNANDA MONTEIRO DE SOUZA -
julianasouza.contadora@gmail.com
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZONIA - UFRA

ALLYSON DE JESUS RIBEIRO LEITE - allysonjesus@hotmail.com
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA - UFRA

Área: 11 - ENG. PROD., SUSTENTABILIDADE E RESP. SOCIAL

Sub-Área: 11.3 - RESPONSABILIDADE SOCIAL ORGANIZACIONAL

Resumo: A RESPONSABILIDADE SOCIAL GANHOU FORTE IMPULSO NO BRASIL DURANTE A DÉCADA DE 1990, POR MEIO DA AÇÃO DE ENTIDADES NÃO GOVERNAMENTAIS E INSTITUTOS DE PESQUISA SENSIBILIZADOS PARA A QUESTÃO. A PESQUISA TEM COMO OBJETIVO A OBSERVAÇÃO DOS TRABALHOS DE DIFUSÃO E INSTITUCIONALIZAÇÃO DO FENÔMENO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NO CONTEXTO BRASILEIRO. FOI REALIZADO UM LEVANTAMENTO DAS INSTITUIÇÕES QUE TRABALHAM O TEMA NO PAÍS DAS MAIS DIVERSAS FORMAS DE ATUAÇÃO, DESDE ELABORAÇÃO DE DIRETRIZES, ATÉ O DESENVOLVIMENTO DE INDICADORES. OS RESULTADOS DO LEVANTAMENTO DEMONSTRAM QUE OS TRABALHOS PARA DIFUSÃO DO TEMA TIVERAM INÍCIO NO PAÍS AO FINAL DA DÉCADA DE 1980 E NAQUELE MOMENTO SURGIRAM AÇÕES VOLTADAS PARA A RESPONSABILIDADE SOCIAL GOVERNAMENTAL. OS RESULTADOS REVELAM QUE O PRINCIPAL INDICADOR BRASILEIRO, PROMOVIDO PELO INSTITUTO ETHOS SURTIU MAIS RECENTEMENTE, EM 2002. A PESQUISA CONCLUI QUE AS INICIATIVAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL SÃO MAIS RECENTES DO QUE NOS ESTADOS UNIDOS E NA EUROPA, CUJAS DISCUSSÕES ENTORNO DO TEMA TIVERAM INÍCIO NA DÉCADA DE 1950. O PRIMEIRO TRABALHO DE DIFUSÃO DO TEMA NO BRASIL SURTIU EM UM PERÍODO DE VULNERABILIDADE POLÍTICA E ECONÔMICA, REVELANDO A IMPORTÂNCIA DESTAS AÇÕES E O SEU CARÁTER FILANTRÓPICO. CONCLUI-SE QUE A RESPONSABILIDADE SOCIAL É UM FENÔMENO EM CONSTRUÇÃO NO BRASIL, COM INÍCIO TARDIO.

*Palavras-chaves: RESPONSABILIDADE SOCIAL; INSTITUCIONALIZAÇÃO;
DIFUSÃO*

THE DIFFUSION OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN BRAZIL: INITIATIVES TO INSTITUTIONALIZE THE PHENOMENON

Abstract: *SOCIAL RESPONSIBILITY GAINED STRONG MOMENTUM IN BRAZIL DURING THE 1990S, THROUGH THE ACTION OF NONGOVERNMENTAL ORGANIZATIONS AND RESEARCH INSTITUTES SENSITIVE TO THE ISSUE. THE RESEARCH AIMS TO OBSERVE THE DIFFUSION AND INSTITUTIONALIZATION OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY PHENOMENON IN BRAZIL. A SURVEY WAS CARRIED OUT OF THE INSTITUTIONS THAT WORK ON THE SUBJECT IN THE COUNTRY OF THE MOST DIVERSE FORMS OF ACTION, FROM THE ELABORATION OF GUIDELINES, TO THE DEVELOPMENT OF INDICATORS. THE RESULTS OF THE SURVEY SHOW THAT THE WORK TO SPREAD THE THEME BEGAN IN BRAZIL AT THE END OF THE 1980S AND AT THAT MOMENT, ACTIONS AIMED AT GOVERNMENTAL SOCIAL RESPONSIBILITY. THE RESULTS SHOW THAT THE MAIN BRAZILIAN INDICATOR, PROMOTED BY THE ETHOS INSTITUTE, EMERGED RECENTLY IN 2002. THE RESEARCH CONCLUDES THAT SOCIAL RESPONSIBILITY INITIATIVES IN BRAZIL ARE MORE RECENT THAN IN THE UNITED STATES AND EUROPE, WHOSE DISCUSSIONS AROUND THE THEME STARTED WITH THE FIRST WORK OF DIFFUSION OF THE THEME ARISES STILL IN A PERIOD OF POLITICAL AND ECONOMIC VULNERABILITY IN BRAZIL, REVEALING THE IMPORTANCE OF SOCIAL RESPONSIBILITY. IT IS POSSIBLE TO CONCLUDE THAT SOCIAL RESPONSIBILITY IS A YOUNG MOVEMENT IN BRAZIL AND STILL UNDER CONSTRUCTION.*

Keyword: *SOCIAL RESPONSIBILITY; INSTITUTIONALIZATION; DIFFUSION*

1. Introdução

A responsabilidade social é um fenômeno que começou a surgir nos anos 1960, nos Estados Unidos e, desde então, se difundiu para outros países e foi adotada por inúmeras empresas, visto sua capacidade de comunicar ao mercado as ações de natureza social realizadas pelas organizações (TEIXEIRA, 2004). No Brasil, segundo Machado Filho (2006) a responsabilidade social começou a ser valorizada e ganhou forte impulso na década de 1990, por meio da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão.

Além da imagem, para as organizações efetivamente interessadas, a responsabilidade social pode ajudá-las a se aproximar do seu público e da sociedade, ao considerar as demandas das comunidades do entorno e da sociedade em geral (FREEMAN, 1984; ASHLEY, 2005). Respondendo positivamente a essas demandas, a organização mostra que não está preocupada apenas com a questão financeira e com os interesses de seus acionistas. As empresas percebem que há uma pressão para agirem dentro de padrões éticos e sustentáveis com seus públicos interno e externo, avaliando o seu desempenho socioambiental em suas estratégias e comunicando os investimentos que realiza nesse campo. Para Carroll e Hoy (1984), o processo de construção estratégica é incompleto sem a inclusão da Responsabilidade Social.

Granovetter (2007) afirma que uma das questões clássicas da teoria social é como os comportamentos e as instituições são afetados pelas relações sociais. O autor apresenta o argumento de imersão/ enraizamento (*embeddedness*) da teoria econômica nas relações sociais, enfatizando o papel das relações pessoais concretas e as estruturas dessas relações na origem da confiança e no desencorajamento da má-fé. Isto explica a preferência em fazer transações com indivíduos de reputação conhecida e implica que poucos estão realmente dispostos a confiar na moralidade generalizada ou nos dispositivos institucionais para evitar problemas.

Para North (1994), as instituições constituem o arcabouço imposto pelo ser humano a seu relacionamento com os outros. Estas são formadas para reduzir as incertezas por meio da estruturação das interações. Meyer e Rowan (1977) dizem que os valores, quando se tornam institucionalizados, fazem as pessoas passarem a observar aspectos das instituições que deixam de ser invisíveis e tornam-se mais comuns e presentes na vida das pessoas. Os autores colocam a importância desses valores para os cidadãos dentro de uma sociedade, para o desenvolvimento de profissionais treinados, nas modificações do mercado e na opinião pública.

Tolbert e Zucker (1996) apud Bondy (2009) lembram que a observação das instituições permite perceber o grau de incorporação desses valores dentro da sociedade, na qual grande parte das estruturas sociais são erguidas ou modificadas para responder a esses valores.

2. Referencial Teórico

2.1 Responsabilidade Social

As preocupações com a responsabilidade social surgiram a partir da década de 1960, nos Estados Unidos, e em meados da década de 1970, na Europa. Gjølberg (2010) lembra o compromisso da Europa com a responsabilidade social implícita, que incluem um extensivo Estado de bem estar social (*Welfare State*), fortes arranjos neocorporativistas e uma cultura política de participação. A presença de um extenso Estado de bem estar social deve conduzir a um compromisso mais forte com a responsabilidade social (GJØLBERG, 2010; GOND et al. 2012). Mais recentemente, esta ganhou espaço nos países em desenvolvimento (TEIXEIRA, 2004; FARIA e SAUERBRONN, 2008).

No Brasil, a responsabilidade social começou a ser valorizada e ganhou forte impulso na década de 1990, por meio da ação de organizações não governamentais (ONGs), institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. Machado Filho (2006) diz que o processo de redemocratização e a emergência da sociedade civil desde 1988 contribuíram para a mudança na conduta das organizações no Brasil. De acordo com Tenório (2006), a responsabilidade social tende a ganhar força quando a sociedade se mobiliza e pressiona governo e empresas para encontrarem uma solução para os problemas gerados pela sua atuação.

Almeida (2002) e Alledi Filho et al. (2007) ressaltam a pressão sobre as empresas para que estas estejam mais abertas e transparentes em sua relação com a sociedade.

Borger (2001) ressalta que, com o passar dos anos, há uma transformação do tema. Antigamente, bastava a instalação de uma empresa em uma determinada região para que as pessoas achassem que aquilo era um benefício para a sociedade, pois a organização trazia empregos e renda.

Até a década de 1950, a responsabilidade social assumia uma dimensão estritamente econômica, sendo entendida como a capacidade empresarial de geração de lucros, criação de empregos, pagamento de impostos e cumprimento das obrigações legais (TENÓRIO, 2006).

Bowen (1953) lembra que, nessa época, a visão do conceito era voltada às responsabilidades dos homens de negócio, questionando quais responsabilidades deveriam ser esperadas deles.

Um dos mais citados representantes dessa visão, o economista Milton Friedman (1970), dizia que a única responsabilidade social das empresas era gerar lucro para seus acionistas, dentro das regras sociais (leis), como fica claro no trecho a seguir:

“A responsabilidade social da empresa consiste em aumentar seus próprios lucros [...]. Será que os administradores - desde que permaneçam dentro da lei - possuem outras responsabilidades no exercício de suas funções além daquela que é aumentar o capital dos acionistas? Minha resposta é não, eles não têm” (FRIEDMAN, 1970).

Ainda na década de 1950, os tribunais de Nova Jersey deram ganho favorável aos diretores de uma indústria que queriam fazer uma doação de recursos a uma universidade, contrariando seus acionistas. Essa ação foi determinante para o reconhecimento de que as organizações podem agir também pela sociedade e não somente pelos seus acionistas. Dessa forma, a filantropia corporativa passou a ser reconhecida como lei (ASHLEY, 2005).

Em 1971, o Comitê para o Desenvolvimento Econômico (CED) dos Estados Unidos utilizou o modelo de círculos concêntricos para descrever os diferentes estágios das empresas em relação à responsabilidade social. Neste modelo, o círculo interno refere-se às empresas cujas atenções estão voltadas apenas para as questões econômicas básicas como crescimento e produção. No círculo intermediário estão empresas que tratam as questões econômicas considerando valores e prioridades sociais. O círculo externo indica as empresas que são ativas na busca pela melhoria do meio social (Committee for Economic Development, 1971).

Lim e Tsutsui (2011) lembram que os esforços para institucionalizar a normas mundiais de responsabilidade social datam do início dos anos 1970. A Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu o Centro de Empresas Transnacionais em 1974; a Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) teve suas diretrizes para empresas multinacionais aprovadas em 1976; e a Organização Internacional do Trabalho (OIT) adotou a declaração de princípios sobre as empresas multinacionais e política social em 1977 (LIM e TSUTSUI, 2011).

Carroll (1979), um dos autores clássicos sobre o tema, insere o valor de ética e a prática de filantropia na definição do conceito, ressaltando que as empresas deveriam ter outras obrigações além das financeiras, pois, segundo o autor, a responsabilidade social engloba a totalidade de obrigações empresariais junto à sociedade.

As responsabilidades éticas, segundo Carroll (1979) incorporam as normas estabelecidas pelo âmbito econômico e legal como base para a preocupação com o consumidor, funcionários e acionistas e outros públicos da empresa, preocupando-se com o respeito e proteção a esses *stakeholders*. O movimento de ética nos negócios nas décadas de 1970 e 1980 estabeleceu a ética como um componente legítimo da responsabilidade social.

A responsabilidade discricionária, também conhecida como filantropia, é atingida por meio de iniciativas de obras beneficentes, projetos sociais, entre outras iniciativas desse gênero, sem que haja uma imposição legal. Carroll (1979) considera, ainda, que a filantropia abrange as ações corporativas que são em resposta à expectativa da sociedade de que as empresas tenham uma conduta social mais responsável.

QUADRO 1 - Componentes Éticos e Filantrópicos da Responsabilidade Social

Componentes Éticos	Componentes Filantrópicos
1. Operar de acordo com as expectativas da sociedade, costumes e normas éticas	1. É importante operar de acordo com as expectativas filantrópicas e de caridade da sociedade
2. Conhecer e respeitar as novas normas éticas e morais adotadas pela sociedade e aquelas que estão em evolução	2. Deve-se assistir às artes performáticas
3. Evitar que as normas éticas sejam comprometidas a fim de alcançar metas operacionais	3. É importante que gestores e funcionários participem de atividades voluntárias e de caridade em comunidades locais
4. A boa cidadania corporativa deve ser definida como fazer o que é esperado eticamente ou moralmente	4. Prestar assistência às instituições de ensino privadas e públicas
5. Reconhecer que a integridade corporativa e comportamento ético vão além do cumprimento de leis e regulamentos	5. Auxiliar voluntariamente projetos que melhorem a qualidade de vida das comunidades

Fonte: Adaptado de Carroll (1991).

Pensando na responsabilidade social nos moldes mais atuais, Tenório (2006) esclarece que a fase contemporânea da responsabilidade social está associada aos valores requeridos pela sociedade pós-industrial:

“Nessa nova concepção do conceito, há o entendimento de que as companhias estão inseridas em um ambiente complexo, onde suas atividades influenciam ou têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade” (TENÓRIO, 2006).

Segundo o Business for Social Responsibility (BSR) sediado nos Estados Unidos:

“O conceito de empresa socialmente responsável se aplicará àquela que atue no ambiente de negócios de forma que atinja ou exceda as expectativas éticas, legais e comerciais do ambiente social na qual a empresa se insere” (BSR, 2018).

Essa visão contemporânea e bastante difundida opõe-se à visão utilitarista observada nas correntes econômicas do passado. Este ponto de vista aponta que os *stakeholders*, ou seja, os diferentes atores sociais que interagem com a empresa, também devem ser considerados nos programas de responsabilidade social, sejam eles internos, como funcionários, ou externos como fornecedores, clientes, parceiros, dentre outros.

2.2 Difusão e Institucionalização

Para Lim e Tsutsui (2011), apesar de divergências sobre os motivos para adotar a responsabilidade social, todos os estudos partem da premissa de que o cálculo de custo-benefício impulsiona o comportamento socialmente responsável das empresas. Alguns pesquisadores têm encontrado que a reputação é a força motriz das atividades de responsabilidade social (GOOGINS et al. 2009; LACY et al 2010).

Lim e Tsutsui (2011) lembram que a análise sociológica destas forças sociais são mais importantes do que uma análise econômica e são essenciais para entender melhor a crescente popularidade em todo o mundo dos quadros de responsabilidade social e sua desigualdade por atores corporativos e estatais.

Essa discussão remete ao “*embeddedness*” de Granovetter (2007) e à influência da sociedade nas decisões das empresas, como exposto na introdução.

O papel das organizações muda visando atender uma força social e para adquirir a legitimidade necessária para operar com sucesso na sociedade. As organizações refletem os valores e expectativas resultantes de instituições incorporando elementos em seus produtos, políticas, programas e linguagem. Ao fazer isso, as organizações recriam práticas aceitas e imitam ideias socialmente legítimas, resultando na diminuição de heterogeneidade de respostas para as instituições (MEYER e ROWAN, 1977; SCOTT, 2008; MARCH e OLSEN 1989). Esse comportamento organizacional é chamado por DiMaggio e Powell (1983) de isomorfismo.

Estudiosos argumentam que forças coercitivas, miméticas e normativas levam muitas organizações a adotarem práticas organizacionais que são considerados legítimos em seu campo (DIMAGGIO e POWELL 1983; MEYER e ROWAN 1977). Esta abordagem prevê um crescente isomorfismo nas estruturas, comportamento e políticas de organizações locais, que adotam modelos legítimos da sociedade internacional (MEYER 2000; MEYER et al. 1997; THOMAS et al. 1987).

No mesmo sentido, Lim e Tsutui (2011) esclarecem que a maioria dos estudos dizem que a responsabilidade social é uma propriedade das empresas, mas estudos mais recentes

reconhecem os efeitos de contextos nacionais e internacionais da responsabilidade social, o que reconhece a institucionalização destas práticas.

Para Aaken et al. 2013 a abordagem institucional destaca claramente a importância do ambiente institucional na explicação do comportamento pró-social. Assim, aborda ambos os motivos econômicos e não-econômicos, relacionando-as com as expectativas de responsabilidade social dentro de contextos institucionais, como os sistemas econômicos e jurídicos ou regiões geográficas.

O isomorfismo explica a disseminação de ideias e ações organizacionais no mercado, como forma de lidar com as incertezas do ambiente no qual operam. Segundo DiMaggio e Powell, (1983), existem três tipos de isomorfismo: coercitivo, mimético e normativo. O isomorfismo coercitivo diz respeito às pressões formais e informais sobre a organização, para refletir as expectativas culturais da sociedade da qual faz parte. O isomorfismo mimético ocorre quando as organizações moldam-se em outras organizações, consideradas exemplares. Por fim, ocorre o isomorfismo normativo ou coercitivo, divulgado por associações profissionais, periódicos especializados, imprensa de negócios, universidades e grupos de pesquisa.

Surgiram organizações que atuam na difusão das práticas de responsabilidade social e sustentabilidade no meio empresarial e iniciativas nessa área em organizações mais antigas.

A produção acadêmica sobre o tema reflete o estágio atual das pesquisas neste campo. Segundo Alledi Filho, Meiriño e Quelhas (2007) particularmente no que tange à responsabilidade social, as ferramentas, os indicadores e os conceitos estão em pleno período de desenvolvimento e amadurecimento. Multiplicam-se em metodologias, critérios de avaliação e princípios de gestão. Apesar da vasta literatura, a responsabilidade social continua sendo um campo em desenvolvimento (KANG e MOON, 2011).

Campbell (2007) ressalta a importância de arranjos nacionais, como regulação pública e privada, organizações não governamentais (ONGs), normas institucionalizadas, a associação entre empresas e diálogos organizados entre empresas e partes interessadas para monitorar seu comportamento.

3. Metodologia

A pesquisa contempla procedimento de revisão da literatura para construção do referencial teórico e um levantamento sistemático.

É uma pesquisa observacional, pois segundo, Forza (2009), estas pesquisas envolvem coleta de dados qualitativos e quantitativos de interesse, em indivíduos de um ou mais grupos, mas sem intervenção.

Pode ser classificada, ainda, como uma pesquisa exploratória, que apenas descreve o fenômeno observado e suas características, mas não tem como intenção qualquer tipo de interferência no fenômeno visualizado. Gil (1999) considera que a pesquisa exploratória tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, estes tipos de pesquisas são os que apresentam menor rigidez no planejamento, pois são planejadas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

4. Resultados

A pesquisa realizou, a partir da revisão bibliográfica, um levantamento das iniciativas de responsabilidade social no Brasil. Os resultados do levantamento contam no Quadro 2, que demonstra as organizações que atuam em ações dessa natureza no país.

É possível perceber que a primeira iniciativa surge em 1986, com a criação da Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), que desenvolve diretrizes voltadas ao tema através do desenvolvimento social e tem a ética inserida no centro dos seus trabalhos.

As iniciativas que surgem nesses anos iniciais do desenvolvimento do tema no país, estão voltadas à responsabilidade social governamental.

Em 1997 o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) cria o modelo brasileiro de balanço social. Este instrumento é voltado principalmente às empresas privadas, mas a atuação do instituto está ligada diretamente à atuação do governo e aos indicadores de desenvolvimento social.

QUADRO 2 – Iniciativas e instituições brasileiras de responsabilidade social

Iniciativa	Ano de Criação	Organização Responsável	Enfoque	Forma de Atuação
Diretrizes FIDES	1986	Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES)	Responsabilidade Social/ Ética	Diretrizes
PNBE	1987	Instituto do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE)	Responsabilidade Social/ Cidadania	Diretrizes/ Metodologia
GIFE	1995	Grupo de Instituto, Fundações e Empresas (ICE)	Responsabilidade Social/ Desenvolvimento/ Terceiro Setor	Metodologia
Balanço Social do Ibase	1997	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE)	Responsabilidade Social	Diretrizes/ Metodologia
Código de Melhores Práticas Governança Corporativa	1999	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)	Responsabilidade Social	Diretrizes/ Metodologia
ICE	1999	Instituto de Cidadania Empresarial (ICE)	Responsabilidade Social/ Desenvolvimento Local/ Terceiro Setor	Diretrizes/ Metodologia
Indicadores ETHOS	2002	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social	Responsabilidade Social	Diretrizes/ Difusão/
NBR16001	2004	Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)	Responsabilidade Social	Certificação
ISE	2005	Bolsa de Valores de São Paulo (BM&F Bovespa)	Sustentabilidade Empresarial	Metodologia

Fonte: Elaborado a partir da pesquisa.

Outro aspecto observado quanto à natureza das instituições promotoras da responsabilidade social é que o conceito de cidadania aparece mais de uma vez no escopo do trabalho de tais iniciativas. A maioria atua como diretriz e apenas uma instituição possui o caráter certificador, a NBR 16001.

O Instituto Ethos foi criado em 1995 mas os seus indicadores somente em 2002 e é a ação mais concreta desta instituição. Mais recentemente, em 2005, a Bolsa de Valores de São Paulo (BM&F Bovespa) criou uma carteira especial para negociação de ações de empresas sustentáveis e abrange as ações de responsabilidade social. O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) é uma iniciativa voltada às empresas privadas e possui caráter legitimador, já que realiza uma classificação das empresas que são sustentáveis. Esta última iniciativa tem um trabalho diferente daquelas instituições que surgiram anos atrás e tinham seus trabalhos voltados ao desenvolvimento social.

5. Conclusões

As ações de responsabilidade social tiveram início na década de 1950 nos Estados Unidos e logo depois na Europa, onde estavam ligadas diretamente à construção de bem estar social em um período pós guerra. Nos anos seguintes a difusão e adoção destas práticas são expandidas, assim como o escopo do fenômeno. Estas práticas conferem legitimidade às organizações e o engajamento no tema possui caráter normativo e mimético, ou seja, a expansão na adoção de tais ações incentivam o mercado e outras empresas a internalizarem tais ações para criar condições de competitividade frente aos concorrentes, já que a sociedade também desenvolveu, ao passar dos anos, maior consciência, senso crítico e mecanismos de cobrança. Quando isto é observado, é percebido que tal fenômeno está institucionalizado, ou seja, ganhou importância e é exigido por normas, ainda que informais, através dos mecanismos de cobrança dos consumidores.

Ao observar a institucionalização do fenômeno, se faz necessário a análise dos mecanismos que propiciam tal difusão do tema. Desta forma, a pesquisa realizou um levantamento para observar as instituições e iniciativas brasileiras de responsabilidade social.

Os resultados da pesquisa revelam que o tema começa a ser trabalhado no Brasil apenas em 1986, quando surge a primeira iniciativa, pela Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social, que desenvolve uma diretriz voltada à inserção da ética nos negócios e ao desenvolvimento social, atribuindo importância ao nível governamental do tema.

As próximas iniciativas, o Instituto do Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE) que data de 1987, o Grupo de Instituto, Fundações e Empresas (ICE) que surge em 1995, e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) de 1997, possuem iniciativas voltadas a atuação do governo ou a criar mecanismos de desenvolvimento social embora seus trabalhos estivessem direcionados também às empresas. Em 1999 surge o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, dedicado aos trabalhos de inserção de transparência e valores nos negócios e cobrança de resultados organizacionais voltados aos acionistas, portanto, é uma iniciativa direcionada especificamente às empresas privadas e na difusão de outro fenômeno, a governança corporativa, mas é percebido a correlação com o tema da responsabilidade social ao tratar de valores de gestão.

A pesquisa evidencia o caráter recente do tema ao observar ainda que, apenas em 1995, mais de quarenta anos depois dos Estados Unidos, surge o principal órgão de difusão do

fenômeno no Brasil, o Instituto Ethos. Anos mais tarde, somente em 2002, esse instituto lança indicadores de responsabilidade social no país.

A criação de um índice de negociação de ativos da bolsa de valores de São Paulo, a principal do país, em 2005, voltado ao tema da sustentabilidade, com a inserção da responsabilidade social em seu escopo, reforça que a importância do tema no Brasil é muito recente, principalmente voltado à atuação de empresas privadas.

A pesquisa, ao realizar o levantamento das instituições e iniciativas voltadas à responsabilidade social no contexto brasileiro, verificou que a inserção do fenômeno no país é muito recente, possui poucas organizações voltadas ao tema, surgiu com caráter de desenvolvimento social e em nível governamental, e pode estar relacionado ao contexto político, econômico e social que o país viveu em meados da década de 1980, com a crise do plano Collor. A responsabilidade social conta com aproximadamente dez instituições no país e os esforços para a institucionalização do tema são recentes e está em construção.

Referências

AAKEN, Van D.; SPLITTER, V.; SEIDL, D. *Why do corporate actors engage in pro-social behaviour? A Bourdieusian perspective on corporate social responsibility* - Organization, Vol 20, Issue 3, pp. 349 – 371. 2013. Disponível em: < <https://doi.org/10.1177/1350508413478312> > Acesso em 02 Junho 2018.

ALMEIDA, F. *O bom negócio da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ASHLEY, P. A. (Coord.) *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2005.

BORGER, F. G. *Responsabilidade Social: Efeitos da atuação social na dinâmica empresarial*. 2001. 258 p. Tese (Doutorado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BOWEN, H. R. *Social responsibilities of the businessman*. New York: Haper e Row, 1953.

BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY INSTITUTE. *Social Responsibility*. Disponível em:<<http://www.bsr.org>>. Acesso em 08 Maio 2018.

CAMPBELL, J. L. *Why would corporations behave in socially responsible ways? an institutional theory of corporate social responsibility*. Academy of Management Review, New York, v. 32, n. 3, p. 946-967, jul. 2007.

CARROLL, A. B. *A Three-Dimensional Model of Corporate Performance*. Academy of Management Review v. 4, p.497-505, 1979.

CARROLL, A. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, Jul-Ago 1991.

CARROLL, A.; HOY, F. *Integrating corporate social policy into strategic management*. Journal of Business Strategic, v. 4, n.3, pp.48-57, 1984.

COMITÊ PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. *Responsabilidade Social dos Negócios*. Disponível em:< <https://www.ced.org/reports/single/social-responsibilities-of-business-corporations>>. Acesso em 04 Junho 2018.

DIMAGGIO, P. e POWELL, W. *The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organization fields*. American Sociological Review, v.48, pg. 147-160, 1983.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. *A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica*. Revista de Administração Pública. v.42, n.1, pg.07-33, jan/fev.2008.

FORZA, Cipriano. *Surveys*. In: Karlson, C. *Researching Operations Management*. NY, Routledge, 2009.

FREEMAN, R. E. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.

FRIEDMAN, M. *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. *New York Times Magazine*. New York, Sept. 13: pp. 32-33, 1970.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GJØLBERG, M. *The Origin of Corporate Social Responsibility: Global Forces or National Legacies?*. *Socio-Economic Review*, V.7, p.605–637, 2010.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). *Sustainability reporting guidelines*. 2013. Disponível em: < <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>>. Acesso em 03 Junho 2018.

GOOGINS, B. et al. *State of Corporate Citizenship 2009: Weathering the Storm*. Boston, MA: Boston College Center for Corporate Citizenship, 2009.

GRANOVETTER, M. *Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão*. Revista de Administração de Empresas, v. 6, n. 1, Art. 9, 2007.

IBASE. *Sobre o Ibase*. Disponível em:<<http://ibase.br/pt/sobre-o-ibase/>>. Acesso em 18 Junho 2018.

IBGC. *Governança Corporativa*. Disponível em:< <http://www.ibgc.org.br/inter.php?id=18161>> Acesso em 02 Junho 2018.

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL. São Paulo: Bovespa. Disponível em:< http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm#panel3a>. Acesso em 02 Maio 2018.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. *Indicadores Ethos de RS*. Disponível em:< <https://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores/>> Acesso em 02 Junho 2018.

KANG, N; MOON, J. Institutional complementarity between corporate governance and Corporate Social Responsibility: a comparative institutional analysis of three capitalisms. *Socio-Economic Review*. V.10, 85–108, 2011.

LACY, P. et al. *A New Era of Sustainability: UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010*. Dublin, Ireland: Accenture Institute for High Performance, 2010.

LIM, A; TSUTSUI, K. *Globalization and Commitment in Corporate Social Responsibility: Cross-National Analyses of Institutional and Political-Economy Effects*. *American Sociological Review*, p.69-77, 2011.

MACHADO FILHO, C. P. *Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

MARCH, J. e OLSEN, J. *Rediscovering institutions: the organizational basis of politics*. New York: Free Press, 1989.

MEYER, J. e ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *The American Journal of Sociology*, v.83, n.2, pg.340-363, 1977.

NORTH, D. *Custos de Transação, Instituições e Desempenho Econômico*. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1994.

PONTO DE CONTATO NACIONAL PARA AS DIRETRIZES OCDE. Disponível em:<<http://www.pcn.fazenda.gov.br/diretrizesdaocdeparaempresasmultinacionais>>. Acesso em 02 Junho 2018.

QUELHAS, O. L. G.; ALLEDI FILHO, C. ; MEIRINO, M. . Responsabilidade Social, Ética e Sustentabilidade na Engenharia de Produção. In: BATALHA, M.O.. (Org.). *Introdução à Engenharia de Produção*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Campus, 2007, v. 1, p. -273.

SCOTT, W. R. Early Institutionalists. In: _____. *Institutions and Organizations: ideas and interests*. 3. ed. London: Sage Publications, 2008. Cap. 1, p. 1-18.

TEIXEIRA, L. da S. *Responsabilidade Social Empresarial*. Brasília: Consultoria Legislativa. Câmara dos Deputados, 2004.

TENÓRIO, F. G. *Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

THOMAS, G., and Pat Lauderdale. “World Polity Sources of National Welfare and Land Reform.” Pp. 92–110 in *Institutional Structure*, by George M. Thomas, John W. Meyer, Francisco O. Ramirez, and John Boli. Beverly Hills, Calif.: Sage. 1987

TOLBERT, P.; ZUCKER, L. G. The institutionalization of institutional theory. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; NORD, W. R. (Eds.). *Handbook of organization studies*. London: Sage Publications, 1996. p. 175-190.