

## *O Instituto Ethos e a responsabilidade social: transparência e monitoramento*

**Hannah Maruci Aflalo**

Estudante de Relações Internacionais na PUC-SP; bolsista FAPESP de iniciação científica com o projeto “O Instituto Ethos e sua influência global na conduta socialmente responsável tida como necessária e desejável”, vinculada ao projeto temático FAPESP *Ecopolítica*.

O Instituto Ethos define o conceito de 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, s/d)

A noção de responsabilidade social surgiu na Europa na década de 1970 e se consolidou na América Latina em 2001, com a realização da I Conferência de Responsabilidade Social nas Américas. O Instituto Ethos, criado em 1998 pelo empresário Oded Grajew, teve papel crucial neste processo tanto no Brasil como na América Latina. Ao

adotar padrões de conduta trazidos de instituições similares da Europa e dos Estados Unidos da América, o Instituto Ethos se apresenta como uma nova forma de institucionalização e produção de verdades<sup>1</sup> que criam, reforçam e renovam o discurso da responsabilidade social por meio da educação e do monitoramento das empresas em direção à conduta socialmente responsável.

A emergência do conceito de responsabilidade social e as práticas que criaram e consolidaram o discurso socialmente responsável (que ganha espaço dentro do discurso ambiental) determinam hoje novas expectativas em relação à conduta empresarial. As novas práticas esperadas das empresas em relação à sociedade e ao meio ambiente, delineadas e ensinadas pelo Instituto Ethos, começam a configurar um novo tipo de empresa que se diferencia das empresas das décadas anteriores.

A empresa social, predominante nos anos 1960, se definia por uma atitude filantrópica: os investimentos sociais eram separados das atividades lucrativas da empresa e significavam a abdicação de fração do lucro em prol de um bem social. Esta concepção deu lugar a um novo tipo de empresa, a partir dos anos 1990, que passa a incorporar práticas socialmente responsáveis a suas atividades sem que isso signifique a redução de seus lucros, mas de modo a permitir, acima de tudo, sua maximização. Tais empresas são chamadas *empresas cidadãs* e buscam exercer sua cidadania por meio da participação ao seguirem os padrões da conduta socialmente responsável.

O papel educacional assumido pelo Instituto Ethos – no sentido de direcionar a conduta das empresas para a responsabilidade social – e a própria consolidação do discurso socialmente responsável são sustentados pelas noções de transparência e monitoramento. A transparência se coloca como um valor a ser alcançado e, para tanto, as empresas devem se apresentar publicamente para seus *stakeholders*<sup>2</sup> por meio de relatórios e balanços sociais. A empresa cidadã, portanto, é aquela que desenvolve sua participação exibindo seu papel social de modo aberto e transparente: mais importante

do que ser socialmente responsável é mostrar que o é. É importante ressaltar que essa transparência, enquanto valor moral atribuído às empresas, é aqui entendida como inalcançável, pois a neutralidade não é possível. A busca pela transparência, no entanto, é o que incentiva as empresas a desejarem o monitoramento de suas atividades, uma vez que, quanto mais controladas, mais transparentes se apresentam para seus *stakeholders*. Dessa forma, uma polícia da vida<sup>3</sup> mostra-se presente nas relações das empresas entre elas mesmas, com seus *stakeholders* e na condução das empresas pelo Instituto Ethos. Essa polícia da vida apresenta-se como desejável e necessária na medida em que todos, enquanto cidadãos, querem e são convocados a participar, vigiando e monitorando uns aos outros.

## Notas

<sup>1</sup> Entende-se aqui por “verdade” o que Michel Foucault define como “um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados” (FOUCAULT, 1979: 14).

<sup>2</sup> “Termo em inglês amplamente utilizado para designar as partes interessadas, ou seja, qualquer indivíduo ou grupo que possa afetar o negócio, por meio de suas opiniões ou ações, ou ser por ele afetado: público interno, fornecedores, consumidores, comunidade, governo, acionistas, etc.” (Instituto Ethos, 2005).

<sup>3</sup> “uma polícia da vida começa a tomar vulto quando cada cidadão está convocado a participar, cuidando dos vivos em sua área, das condutas de cada um” (PASSETTI, 2011: 132).

## Bibliografia

FOUCAUT, Michel (1979). *Microfísica do poder*. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal.

Instituto Ethos (2005). “Parcerias para uma sociedade responsável” in *Conferência Internacional — Empresas e Responsabilidade*

*Social*. Disponível em [http://www.ethos.org.br/CI/apresentacoes/apresentacoes\\_10-06/BeatGruninger-GestaoDeDialogos.pdf](http://www.ethos.org.br/CI/apresentacoes/apresentacoes_10-06/BeatGruninger-GestaoDeDialogos.pdf) (Consultado em 15/09/2011)

Instituto Ethos (s/d). “O que é responsabilidade social empresarial?”. Disponível em [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br) (consultado em 10/09/2011)

PASSETTI, Edson (2011). “Ecopolítica: procedências e emergência” in VEIGANETO, Alfredo e CASTELO BRANCO, Guilherme (orgs.). *Foucault: Filosofia & Política*. Belo Horizonte: Autêntica.