



Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

# Anais

## III Seminário Internacional Sociedade Inclusiva *Ações Inclusivas de Sucesso*

Belo Horizonte  
24 a 28 de maio de 2004

---

Realização:



## **Sessão de Comunicação “Atuação Institucional (Gestão do Terceiro Setor)”**

### **AS MUDANÇAS NA FAMÍLIA BRASILEIRA E A NECESSIDADE DE INVESTIMENTO EM PROGRAMAS RELACIONADOS À RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

***Karla Maria Damiano Teixeira***

Universidade Federal de Viçosa

Telefone: (31) 3899 2002 – Fax: (31) 3899 2488

E-mail: [kdamiano@ufv.br](mailto:kdamiano@ufv.br)

As famílias brasileiras vêm passando por processos de mudanças nos últimos anos que fazem parte de um processo de modernidade “contraditório”, verificando-se uma diminuição do tamanho e maior diversificação nos arranjos domésticos e familiares. Além disto, tem ocorrido um aumento da complexidade das relações familiares devido ao incremento no número de famílias reconstituídas, resultante do incremento nas taxas de separação, divórcio e recasamentos (GOLDANI, 1994), bem como uma mudança nos valores socioculturais, expressa pelo aumento do número de nascimentos fora do casamento, pelo enfraquecimento dos vínculos matrimoniais, pela modificação no comportamento reprodutivo e pelo crescimento da chefia feminina, entre outras dimensões (OLIVEIRA, 1994). As esposas e filhos também passaram a ter participação mais intensa nas atividades de mercado e na renda monetária familiar, compartilhando com o chefe as responsabilidades de manutenção da família, tendo, nesse processo, ocorrido uma redefinição nos padrões de hierarquia e socialização.

Entre as explicações mais comuns para as mudanças nas estruturas familiares iniciadas em 1960, sobressaiu a crescente e marcante presença das mulheres brasileiras nos espaços públicos e privados, acompanhada pelas discussões sobre feminismo, trabalho, desigualdades e direitos da mulher. Em 1980, tem início um dos períodos mais recessivos da história brasileira, sendo que os inúmeros planos econômicos e os respectivos programas sociais, bem como a perda gradativa de eficiência do setor público, refletem-se na deterioração das condições de vida de grandes parcelas da população. A tudo isso se soma um processo de concentração de renda que gera uma desigualdade brutal, havendo diminuição drástica do salário para a maioria da população e sofisticação do consumo para uma minoria, conformando um processo de “modernidade excludente”, no qual se acirram as diferenças. No início do ano de 1990, ocorre um crescimento das taxas de participação da família no mercado de trabalho remunerado, em decorrência, principalmente, da inserção cada vez mais intensa da mulher-cônjuge em atividades laborais (MONTALI, 2000). Em consequência disto, as famílias passaram a ter a necessidade de reestruturar os papéis dos membros familiares, criando estresse positivo e negativo no ambiente de trabalho, para suas famílias e, mais precisamente, para os indivíduos envolvidos, que têm que administrar tanto o lado pessoal como o administrativo de suas vidas. Isto requer uma necessidade contínua de se analisar a adaptação ao equilíbrio entre os diferentes papéis que os membros familiares desempenham.

A fim de minimizar essas diferenças, as famílias brasileiras passaram a desenvolver diversos tipos de estratégias para enfrentar a crise. Talvez a mais dramática tenha sido a de adiar ou cancelar os projetos de formação de novas famílias, bem como a expansão das já existentes. Assim, as taxas anuais de crescimento do número de unidades familiares diminuíram, ao mesmo tempo em que se acentuou a queda na probabilidade de casamento e nas taxas de fecundidade. Entretanto, diminuir o número e o tamanho da família não bastou para melhorar o bem-estar individual e grupal, mostrando-se necessário um ingresso de maior número de pessoas no mercado de trabalho, além das economias “forçadas”, na tentativa de manter o nível de consumo familiar. Houve também uma dissolução das fronteiras rígidas do “duplo padrão de moralidade”, levando ao surgimento dos modelos alternativos de relações entre os sexos e nas relações intrafamiliares, que alimentam a discussão da chamada “nova” família (GOLDANI, 1994).

Verifica-se, assim, que a família faz parte dos dois domínios de vida existentes, considerados básicos e polares: as esferas pública e privada. A primeira deriva da autoridade legitimada e da associação envolvendo poderes que emergem da sociedade total em que os indivíduos são cidadãos. Em um suporte oposto da estrutura social encontra-se o domínio da esfera familiar ou privada, cujo poder emana dentro do sistema de parentesco e é baseado nas normas morais e nos valores da família. A economia de mercado é o componente principal da esfera pública e da economia familiar, fazendo com que os membros familiares fiquem dependentes de recursos que, muitas vezes, não se acham à sua disposição, por fazerem parte da esfera pública (BEUTLER; HERRIN, 1982).

Características polares, paradoxais da modernidade, como confiança e ambientes de riscos e segurança articulada com perigo, permeiam e alteram todos os aspectos íntimos e pessoais da existência familiar cotidiana, mais uma vez refletindo o distanciamento tempo-espaço entre as relações sociais locais e globais, assim como as descontinuidades do desenvolvimento social moderno. A aceitação pragmática pode ser mantida em relação à maioria dos sistemas abstratos que invadem a vida dos indivíduos, mas, por sua própria natureza, tal atitude não poderá ser mantida o tempo todo e em relação a todas as áreas de atividade, porque dentro da fenomenologia da modernidade vinculam-se: familiaridade e estranhamento, confiança pessoal e laços impessoais, sistemas abstratos e conhecimento cotidiano, privatismo e engajamento. Além disso, a informação recebida é freqüentemente fragmentária ou inconsistente, da mesma forma que o conhecimento reciclado que colegas, amigos e parentes passam um para o outro. Pessoalmente, devem-se tomar decisões e forjar políticas, para fazer face ao ritmo e escopo das mudanças da era da modernidade. O privatismo, que pode ser apoiado por atitudes de otimismo básico, pessimismo ou aceitação pragmática, pode servir aos propósitos da “sobrevivência” cotidiana de muitas maneiras. Mas ele tende a ser entremeado de fases de engajamento ativo ou de ações sociais contraditórias, mesmo por parte daqueles mais inclinados a atitudes de indiferença. Pois, para repetir, no que toca ao equilíbrio de segurança e equilíbrio que a modernidade introduz na vida das pessoas, ninguém pode se ver completamente de fora, porque as condições de modernidade, em muitas circunstâncias, provocam ativismo ao invés de privatismo (GIDDENS, 1991).

Entretanto, como afirma Oliveira (1996), novas e variadas concepções e valores acerca da vida em comum emergiram no Brasil ao longo das últimas décadas. Os dados

sugerem que assincronias e ambigüidades marcam o período de mudanças no mundo moderno. Cresce o número de pessoas, especialmente crianças e mulheres adultas, não cobertas pelos mecanismos de solidariedade e proteção envolvidos no modelo de família conjugal predominante em nosso meio. O avanço na ruptura dos vínculos conjugais; a incidência das uniões do tipo consensual ou informal; o crescimento no número de famílias chefiadas por mulheres; e a crescente autonomia do sexo feminino, decorrente da conquista de novos papéis na sociedade, de sua crescente profissionalização e do aumento das oportunidades de emprego, tudo isso parece sugerir que soluções até então não contempladas pelo conjunto da sociedade terão que ser buscadas em um futuro próximo, no sentido de facilitar a transição para uma etapa mais satisfatória, do ponto de vista das relações de gênero, para que as mudanças não se traduzam em reais desequilíbrios familiares.

Neste cenário, os setores públicos e privados vêm desenvolvendo alternativas para diagnosticar, implantar e implementar ações sociais voltadas para o atendimento dos empregados e de suas famílias. A responsabilidade social ou boa cidadania corporativa constitui uma preocupação recente das organizações que passaram a se preocupar com questões sociais e ambientais a partir dos anos 80. Nesse novo ambiente, as empresas passaram a compreender a seriedade dos problemas sociais, passando a responsabilizar-se por áreas que o governo não tem conseguido prover eficientemente, como educação, saúde e moradia (BOUDON, 2002). Em países como o Brasil, que possuem 40,6% da população sem acesso a serviços básicos, com estagnação do crescimento econômico, desemprego crescente, desigualdades sociais, pobreza, fome e exclusão social (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2001), as ações de responsabilidade social são fundamentais para que haja uma atenuação das desigualdades sociais e conseqüente inclusão social dos marginalizados, seja em decorrência do gênero, raça e indigência. Nesse contexto, é relevante destacar a presença das empresas como importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e do avanço tecnológico, sendo possuidoras de grande capacidade de criação e de geração de recursos. As empresas vêm tomando consciência de que, embora tenham como primeira meta à obtenção de lucros, podem também concretizar objetivos sociais e ambientais, mediante a integração da responsabilidade social como investimento estratégico, em seus instrumentos de gestão e em suas operações.

A responsabilidade social pode ser definida como:

*o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. (CARDOSO & ASHLEY, 2002, p. 7).*

Segundo a Comissão das Comunidades Europeias (2001), a responsabilidade social é essencialmente uma decisão voluntária das empresas que contribui para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Ela pode se manifestar em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas e afetadas pela empresa. Programas de ação social contribuem no relacionamento do funcionário com a empresa, no seu próprio desenvolvimento pessoal, na melhoria da imagem institucional, na qualidade de vida da comunidade atendida e na relação da empresa com a comunidade ((IOSCHPE, 2000). Em outras palavras, ao mesmo tempo em que as empresas se fortalecem, o funcionário, sua família e a comunidade são mais bem assistidos em suas necessidades. De acordo com Macedo *et al.* (2003), o reflexo da atuação dos programas de responsabilidade corporativa no bem-estar individual e da família implica conceitos como motivação, satisfação, prazer e orgulho, que podem ser traduzidos no aumento das vendas, na qualidade do produto ou dos serviços, nos lucros, ou, de uma forma geral, na própria sobrevivência da empresa. Esta nova conjuntura delega novos poderes às pessoas que, possuindo o privilégio da informação, têm a responsabilidade de estar cobrando resultados por parte das esferas pública e privada. Dessa forma, alteram-se os papéis do governo, das empresas e dos indivíduos, redefinindo-se a noção de cidadania.

Os programas mais freqüentes desenvolvidos pelas empresas direcionam-se, de acordo com o estudo desenvolvido por Paula, Pinto, & Paiva (2002), às áreas onde o governo vem se mostrando deficitário, como, por exemplo, educação, cultura, saúde, habitação, segurança, transporte e esporte. Neste sentido, as empresas apresentam-se complementando necessidades sociais não supridas de maneira satisfatória pelas instituições sociais. Nesse contexto, grande parte das empresas privadas percebe-se inserida em uma competição de escala mundial, em que o convencimento dos consumidores, socialmente responsáveis, sobre a preocupação das mesmas com o bem-

estar individual e coletivo e com a sustentabilidade ambiental, entre outras responsabilidades, torna-se crucial para o sucesso do empreendimento.

Estas novas condições da economia e do conhecimento não ocorrem à parte de outro atributo da contemporaneidade, que nasce com o surgimento de uma sociedade pós-tradicional e que Giddens (1996, p. 95) denomina “*modernização reflexiva*”. De acordo com este autor,

*a tradição deve cada vez mais ser contemplada, defendida, examinada, em relação à consciência de que existe uma variedade de outras formas de fazer as coisas. [...] Em uma época de destradicionalização completa, aqueles que se apegam às tradições têm de perguntar a si mesmos, e outros lhes perguntam, por que o fazem. (p. 98).*

Giddens acredita que a tradição pode ser pensada no sentido de qualquer instituição, referindo-se à presença multifacetada da instituição na vida dos indivíduos, da sociedade e do governo.

Observa-se, inclusive no mercado, que cada vez mais a sociedade vem apoiando as causas de interesse social, tornando-se mais solidária. Segundo dados do Instituto ETHOS de Responsabilidade Social (2003), 50% dos consumidores brasileiros declaram-se adeptos da prática de prestigiar ou punir as empresas, com base em sua participação social. Além disso, 54% dos consumidores afirmam que procuram comprar produtos de empresas que se destacam pela responsabilidade social.

Em nível internacional, conforme apresentado pela Comissão das Comunidades Européias (2001), por meio das políticas comerciais e de cooperação para o desenvolvimento, uma abordagem européia de responsabilidade social das empresas deverá refletir e integrar o contexto mais importante de diversas iniciativas e recomendações.

Algumas iniciativas, tais como o Conselho Europeu de Lisboa e de Gotemburgo em 2001, o “Tripartite Declaration on Multinational Enterprises and Social Policy” [Declaração Tripartida sobre as Empresas Multinacionais e Política Social] da OIT em 1998, os “Guidelines for Multinational Enterprises” [Orientações para Empresas Multinacionais] em 2000, a Política de Produtos Integrada (PPI), e Iniciativa Européia de Eco-Eficiência lançada pelo World Business for Sustainable Development e pelos European Partners for the Environment, em parceria com a Comissão Européia, a comunicação de

Comissão do RIO- DEZ ANOS, têm salientado o papel crucial das empresas em promover responsabilidade com a sociedade, criando um quadro de garantia para a integração social e ambiental nas atividades da empresa. Ou seja, as empresas têm sido induzidas a adotar uma abordagem proativa a um desenvolvimento sustentável e mais humanizado. Nestas condições, ser socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais. Implica ir mais além, através de um investimento em capital humano, no ambiente, nas comunidades locais e nas relações com outras partes interessadas, em situações que envolvem condições de exclusão social, tais como: trabalho infantil, trabalho forçado, relações sociais discriminatórias e direitos humanos.

Estas ações sociais podem representar fontes de vantagens competitivas para as empresas, podendo-se citar: (1) maior valor agregado à imagem da empresa, à marca e aos produtos e serviços; (2) maior admiração pelos consumidores, que desenvolvem atitudes favoráveis em relação aos produtos e serviços; (c) maior admiração dos funcionários e de seus membros familiares pela empresa, tornando o funcionário mais motivado e melhorando seu desempenho e, conseqüentemente, a produtividade da empresa. Devido às influências recíprocas da relação família-trabalho remunerado, não é suficiente estudar estes dois ambientes de forma separada. É necessário estudá-los em conjunto, sob a mesma lógica que atribui influências recíprocas. Isto porque a responsabilidade social é baseada na idéia ecossistêmica que se pauta na questão das trocas entre o organismo e o meio ambiente, bem como na distribuição dos *inputs*. De acordo com esta perspectiva, as empresas (unidade de análise) constituem a fonte de *inputs* para seus sistemas e os administradores das trocas com os ambientes.

Neste sentido, é necessário conhecer as empresas que possuem programas de responsabilidade social, assim como identificar o âmbito dos programas desenvolvidos, questionando-se: qual é a natureza ou o âmbito de atuação de tais programas (individual, social e/ou ambiental)? Quais são os custos e retornos das empresas que praticam a responsabilidade social no mercado? Como estes programas podem promover a inclusão social daqueles setores marginalizados pela sociedade?

A responsabilidade social como forma de inclusão social abarca um problema de extrema importância para a realidade socioeconômica brasileira, principalmente pela crescente



concentração econômica e aumento da desigualdade social e do desequilíbrio ambiental. Além disto, o bem-estar do indivíduo e de seus membros familiares depende, cada vez mais, de uma ação cooperativa e integrada de todos os setores da economia, num processo de desenvolvimento que coloque como uma de suas metas a promoção dos direitos humanos (MODENESI, 2003). A relevância deste estudo fundamenta-se na necessidade de aprofundar o conhecimento no que se refere à disponibilidade, âmbito de atuação de tais programas e seus resultados para o indivíduo e a sociedade, visto ser recente o crescente interesse do setor privado na contabilidade social e, conseqüentemente, não haver um profundo conhecimento do resultado de tais práticas, principalmente para a inclusão social dos marginalmente excluídos do mercado de trabalho remunerado. Devido à magnitude das implicações da boa cidadania corporativa, verifica-se, ainda, que não foram encontradas informações desta natureza na literatura. Sendo assim, estudos de natureza exploratória, que buscam inquirir e promover uma reflexão contemporânea sobre estes aspectos se fazem necessários. Além disto, estudos desta natureza também proporcionam maior integração entre profissionais do meio acadêmico, empresas e entidades públicas, criando oportunidades para o desenvolvimento de parcerias entre estes setores, e, conseqüentemente, proporcionando oportunidades para que se possa discutir de que formas a responsabilidade social pode ser implantada, visando à ocorrência de um ganho comum entre funcionários, suas respectivas famílias, meio ambiente, além das empresas.

Pela amplitude de implicações e campos que envolvem a responsabilidade social, verifica-se a necessidade de aprofundar o conhecimento e os estudos no que se refere à identificação dos programas de cidadania corporativa, expandindo-se, assim, um domínio potencial para novos trabalhos de pesquisa conjunta entre empresas, entidades públicas e acadêmicas, a fim de proporcionar não somente a inclusão no trabalho daqueles até então desamparados, mas também a melhoria do bem-estar individual e coletivo dos já envolvidos.

## REFERÊNCIAS

- BEUTLER, I. F.; HERRIN, D. A. Environmental context in family resource management. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, v.7, n.1, p.295-304, 1982.
- BOUDON, A. Social S.A. que dá. *Conjuntura Econômica*. São Paulo, v.56, n.2, p.31-35, fev. 2002.
- CARDOSO, A. J. G.; ASHLEY, P. A. A responsabilidade social nos negócios: um conceito em construção. In: ASHLEY, Patrícia Almeida. (Coord). *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS (CEE). *Livro Verde*. Bruxelas: CEE, 2001, 35p.
- GIDDENS, A. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1991.
- GIDDENS, A. (ED.). *Para além da esquerda e da direita*. São Paulo: UNESP, 1996. [Traduzido por A. Hattner.]
- GOLDANI, A. M. As famílias brasileiras: Mudanças e perspectivas. *Caderno de Pesquisa*, n.72, p.7-22, 1994.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. *Síntese de indicadores sociais 2000*. Rio de Janeiro: IBGE, 2001.
- INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL. *Ferramentas de gestão*. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>> Acesso em: 09 out. 2003.
- IOSCHPE, E. B. Voluntariado empresarial alia interesses da iniciativa privada e da área social. In: CONGRESSO NACIONAL SOBRE INVESTIMENTO PRIVADO, 2000, Vitória. *Anais...* São Paulo: Gife, 2000.
- MACEDO, L. C.; AVERSA, M. B.; PEREIRA, R. M.; GALBETTI, R. *Responsabilidade social nas empresas londrinenses*. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/projetosdepesquisa/0119.htm>> Acesso em: 09 out. 2003.

- MODENESI, K. N. *Responsabilidade social nas empresas: Uma nova postura empresarial. O caso C.S.T.* 2003. Disponível em: <[http://www.ethos.org.br/docs/comunidade\\_academica/downloads\\_docs/responsabilidade\\_social.doc](http://www.ethos.org.br/docs/comunidade_academica/downloads_docs/responsabilidade_social.doc)> Acesso em 06 out. 2003.
- MONTALI, L. Família e trabalho na estruturação produtiva: ausência de políticas de emprego e deterioração das condições de vida. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v.15, n.42, p.55-71, fev. 2000.
- OLIVEIRA, M. C. A família brasileira no limiar do ano 2000. *Estudos Feministas*, v.4, n.1, p.55-64, 1996.
- OLIVEIRA, Z. L. C. Assim caminha a família brasileira: Indicações do quadro empírico. In: SIMPÓSIO DE ECONOMIA FAMILIAR: UMA OLHADA SOBRE A FAMÍLIA NOS ANOS 90, 1, 1994, Viçosa-MG. *Anais...* Viçosa-MG:UFV, 1994. p. 164-183.
- PAULA, A. S. A.; PINTO, J. A. R.; PAIVA, K. C. M. *Responsabilidade social e ética: Avaliando exemplos e definindo resultados organizacionais.* 2002. Disponível em: <<http://www.ufop.br/ichs/conifes/anais/OGT/ogt0802.htm>> Acesso em: 09 out. 2003.