

VALOR SOCIAL DA EMPRESA: UM PENSAMENTO DE CORRESPONSABILIDADE PELOS PROBLEMAS DA SOCIEDADE

PAMELA PERTILE

OBJETIVOS DO TRABALHO

O trabalho desenvolvido pelos autores tem por objetivo demonstrar que a responsabilidade social da empresa vai muito além do comprometimento com o consumidor ou do cumprimento da legislação, a empresa precisa pensar na sociedade e em seu papel fundante na evolução desta. É neste sentido que se encontra o último capítulo e objetivo essencial do artigo. Findar o trabalho infantil, inserir a pessoa com deficiência ao mercado de trabalho, combater todas as formas de discriminação, zelar pelo meio ambiente, prover boas condições laborais, são alguns exemplos da grande gama de ações que a empresa pode filar na busca por uma sociedade mais justa e igualitária.

METODOLOGIA UTILIZADA

A pesquisa abarcada refere-se ao método dedutivo, pois parte da regra geral para o caso específico, fazendo uso também dos métodos auxiliares do direito comparativo e histórico. Utiliza-se de técnicas bibliográficas, principalmente a doutrina trabalhista e constitucional. Além disso, é adepta a pesquisa quantitativa, na medida que busca avaliar o pensamento de corresponsabilidade das empresas pelos problemas da sociedade.

REVISÃO DE LITERATURA

Em primeiro plano vale apresentar a visão de John Locke, a qual compara a comunidade civil à sociedade de homens que buscam somente seus próprios interesses. “Denomino de interesses civis: a vida, a liberdade, a saúde e a libertação da dor; e também a posse de coisas externas, tais como dinheiro, terra, casas, móveis, etc.” (John

Personalidade Acadêmica Homenageada:
RICARDO HASSON SAYEG



LOCKE apud DARCANCHY, 2011, p. 222). Apesar de seu pensamento pessimista, a sociedade ocidental vem mudando seu modo de vida, dedicando-se a instituições sociais, exigindo das empresas novos paradigmas, aderindo ao campo social.

A cidadania parece exigir novos patamares de atuação e até mesmo no que tange aos produtos consumidos, os consumidores têm sido mais exigentes, o que demonstra uma profunda alteração nas expectativas da sociedade social quanto à responsabilidade social das empresas. Isto indica a necessidade de ampliar o diálogo entre a sociedade civil, as empresas e o Estado (em todos os níveis institucionais), a fim de que a empresa nacional se afirme no atual contexto social, para que possa contribuir para o fortalecimento da democracia e das condições sociais de modo geral (DARCANCHY, 2011, p. 221).

Paulatinamente, as empresas têm compreendido seu papel social, como dever regulador de equilíbrio, uma vez que a maioria dos processos produtivos se modernizam rapidamente, reivindicando novos níveis de disposição dos que ingredem ao mercado de trabalho e, conseqüentemente, instigam uma nova classe de profissionais, mais críticos e mais conscientes do seu papel social. As empresas se atualizam de acordo ao desenvolvimento e estímulo ao "conceito de responsabilidade social, refletindo efetivamente no modo como se apresentam diante da sociedade e do seu meio. Meio que se reflete tanto em ralação à natureza quanto ao mundo social que as envolve" (DARCANCHY, 2011, p. 233).

RESULTADOS OBTIDOS OU ESPERADOS

A tecnologia da informação e o incremento da tecnologia na produção de mercadorias, foram fundamentais para guinar todos os aspectos da vida e do cotidiano das pessoas. É imperativo mencionar que o reconhecimento aos princípios da responsabilidade social empresarial precisam ser uma atitude verdadeira e não de fachada, com o propósito de gerar impactos positivos e resultados abrangidos como um todo e por todos os cidadãos. A empresa precisa abandonar o conceito de individualidade e assumir um papel de parceria com a coletividade, compreendendo a sua função social, tanto com seus colaboradores como a sociedade em geral

TÓPICOS CONCLUSIVOS

A responsabilidade social da empresa deve ser analisada tanto em uma dimensão interna como externa. Examinar as conotações acerca dessas dimensões, torna viável para entender melhor, na prática, o que a empresa pode fazer, e demonstrando que não se trata de algo tão inalcançável quanto se faz parecer.

Indubitável acentuar que o objetivo principal não é prevenir sanções, reduzir impostos ou simplesmente cumprir com a legislação. Verdade seja dita, os benefícios da empresa partícipe da responsabilidade social são incomensuráveis e obtidos a longo prazo. A exemplo de alguns ganhos da empresa que se pauta na responsabilidade social, é possível verificar o *upgrade* na reputação da marca, atração de novos investidores, maior engajamento dentro do ambiente laboral, melhora na competitividade, redução de riscos para a atividade, aperfeiçoamento na alocação de recursos, dentre outros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DARCANCHY, Mara Vidigal. **Responsabilidade Social da Empresa e a Constituição. Direito Empresarial: teoria geral.** V. 1. Organizador Arnoldo Wald. P. 219-238. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

LUCCA, Newton de. **Ética Geral à Ética Empresarial.** São Paulo: Quartier Latin, 2009.