



Trabalho Finalista da Categoria Estudantes
Subcategoria Graduação e Cursos Sequenciais

Os Novos Rumos da Responsabilidade Social: o Conceito da RSE 2.0 e os Debates sobre a ISO26000



Autor: Igor Souza da Rocha
Orientadora: Valeria Gonçalves da Vinha

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)
Rio de Janeiro, RJ



SUMÁRIO EXECUTIVO

A sociedade do século XXI vive uma situação única na história. De um lado enfrentamos problemas econômicos e sociais que se estendem a nível global. Por outro lado temos uma sociedade que já se percebe como “única”, e esta pode criar soluções em grande escala para se construir um mundo mais justo. É dentro deste contexto que discute de que forma as organizações, compostas desta mesma sociedade, devem participar na busca das mudanças necessárias. Os desafios ambientais, econômicos, políticos, sociais estão interligados e juntos podemos desenvolver soluções inclusivas. Superar esta importante etapa é atingir um dos desafios futuros que a Carta da Terra (2000) apresenta para a humanidade nos próximos anos.

O que se espera de uma organização (e neste sentido não somente uma empresa, mas outras instituições, com ou sem fins lucrativos), portanto, é uma postura de comprometimento com o desenvolvimento sustentável. Isto é, que estas possam se envolver principalmente com a proteção do meio ambiente, investimento em educação e saúde em comunidades locais (quando o Estado torna-se desprovido desta faculdade), a redução da pobreza, o aumento da expectativa de vida da população, etc.

Uma empresa que investe em responsabilidade social reconhece que suas ações têm grande impacto na sociedade onde atua e, ao mesmo tempo, está atenta aos acontecimentos sociais que impactam em seus objetivos comerciais. Promover valores de RS e manter os padrões acordados em convenções internacionais elevam a reputação de uma corporação, dificultando às empresas que se comportam de forma socialmente irresponsável se manterem competitivas no mercado.

O presente artigo buscará apresentar o panorama contemporâneo de atuação da RS no mundo e especialmente no Brasil, sua evolução e respectivas tendências do movimento de Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa. A partir desta base, será possível entender com maior clareza o conceito de RSE 2.0 que representa uma maneira inovadora de trabalhar a RS.

Um dos principais resultados que esta nova visão de RS procurará mostrar é que a sociedade serve à sociedade. Em outras palavras, as organizações (formadas por pessoas) devem buscar o desenvolvimento da sociedade onde atuam. Ao trabalhar com ela e extrair os recursos necessários à provisão de bens e serviços a mesma, as organizações também devem garantir que estes recursos não percam a sua capacidade de regeneração além de sempre buscar uma nova utilidade aos materiais usados nos sistemas produtivos. São objetivos que possuem relação direta com o princípio da integridade ecológica, presente na Carta da Terra (2000).

Discutida esta questão, partiremos para a apresentação da futura norma de Responsabilidade Social, a ISO 26000. O processo evolutivo do desenvolvimento desta norma remonta para o início desta década. Com a sua publicação prevista para o fim de 2010, vale a pena apresentar as principais características que farão parte dela.

Por fim, reservamos um espaço para a discussão de algumas questões desta norma. O que nos ajuda a afirmar também o fato de que o tema de responsabilidade social envolve muitos atores (os *stakeholders*) e por isso merece grande atenção.

ÍNDICE

Introdução.....	4
1 – A Evolução das Práticas e Conceitos de Responsabilidade Social	5
1.1 – Stakeholder: um conceito importante em RS	8
2 – A Responsabilidade Social no Brasil	9
3 – Uma nova visão em Responsabilidade Social: RSE 2.0	11
3.1 – A Revolução da Web 2.0.....	12
3.2 – Responsabilidade e Sustentabilidade Empresarial: RSE 2.0	13
4 – Por que uma norma em Responsabilidade Social?	16
5 – A Futura Norma de Responsabilidade Social: ISO 26000.....	17
5.1 – International Organization for Standardization (ISO).....	17
5.2 – O processo de criação da ISO 26000	18
5.3 – As características da ISO 26000	22
6 – Os principais debates em torno da ISO 26000.....	24
6.1 – Outros benefícios da ISO 26000	25
6.2 – Possíveis limitações da ISO 26000	26
7 – ISO 26000 e NBR 160001: Uma breve comparação	26
Considerações Finais	27
Bibliografia.....	28

INTRODUÇÃO

O tema responsabilidade social das empresas vem sendo amplamente discutido e divulgado pela mídia no Brasil, nos últimos anos. Entre os fatores que explicam a repentina valorização deste assunto está o fato de que, ao assumirem uma responsabilidade mais ampla sobre o conjunto da sociedade, as empresas suprem necessidades comunitárias que não estavam satisfatoriamente atendidas.

O que todos esperam das empresas é uma postura cada vez mais comprometida com o desenvolvimento sustentável do País, envolvendo-se com a proteção do meio ambiente, a redução da pobreza e o aumento da expectativa de vida da população. Neste sentido, podemos afirmar que as ações de responsabilidade social das empresas representam uma das formas da iniciativa privada atuar com finalidade pública.

O tema de responsabilidade social se mostra bem mais presente nos dias atuais. O que se percebe, no entanto, é uma variedade de interpretações distintas sobre o assunto. Algumas questões são mais notáveis. A primeira delas é confundir uma ação socialmente responsável com uma ação tipicamente filantrópica. A segunda é diferenciar os tipos de impactos e seus efeitos distintos sobre as “partes interessadas” (os *stakeholders*) com as quais a atividade da empresa possui algum tipo de vínculo.

O objetivo deste trabalho é apresentar o panorama contemporâneo, a evolução e tendências do movimento de Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa no Brasil, com ênfase na análise da atual fase, que vem sendo denominada de RSE 2.0, na qual a Norma ISO 26000 se destaca como a mais recente e promissora ferramenta de gestão.

Inicialmente, achamos pertinente discutir sobre os prós e contras de se utilizar um conceito único de RS aceito no mundo todo e outras características que terão esta norma. O que se espera de uma organização (não somente uma empresa, mas outras instituições, com ou sem fins lucrativos) é uma postura de comprometimento com o desenvolvimento sustentável, aliada à redução da pobreza e conseqüente, melhoria da qualidade de vida da população como em geral, e não apenas de alguns segmentos.

Embora na maior parte das fontes consultadas, a responsabilidade social seja nomeada pela sigla RSE (Responsabilidade Social Empresarial), por acreditar que a prática socialmente responsável não deve ficar restrita apenas às empresas como também aos demais grupos sociais, como as ONGs, e os consumidores, além dos governos, optamos por usar simplesmente RS (responsabilidade social).

A proposta da ISO 26000 é tornar mais acessível às organizações os meios para a realização dessas ações, que devem refletir a mudança da cultura interna para que estas preocupações passem a fazer parte do dia a dia dos negócios.

O que a futura norma de Responsabilidade Social espera alcançar é uma mudança na cultura (missão e valores) das organizações de forma a internalizar as práticas de RS nas suas rotinas. Como esta buscará a participação de todos os stakeholders, a mudança de valores também se estende a sociedade como um todo.

Esperamos, por fim, apoiar através deste artigo uma maior reflexão sobre a necessidade (ou não) de uma mudança de cultura – não só organizacional, como também em nossas vidas – para trabalharmos a RS e a sustentabilidade em nosso dia a dia. Como a RS diz respeito à participação de todos os stakeholders, estamos tratando de envolver toda a sociedade para lidar com os desafios globais atuais e construir um melhor futuro para esta e futuras gerações.

1- A EVOLUÇÃO DAS PRÁTICAS E CONCEITOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Enfrentamos problemas sociais, econômicos e ambientais hoje que se dão a nível global. Poluição e degradação ambiental, pobreza e desigualdade na distribuição de renda, precárias condições de trabalho em muitos países, entre outros fatos. Por outro lado, há uma melhor clareza sobre tais problemas e sobre a necessidade de se criar soluções que transformem essas realidades locais. Ações positivas na qual, através de um contexto global favorável, possam ser replicadas sempre que forem necessárias a cada sociedade. Poderíamos, portanto, nos basear neste contexto para melhor entendimento sobre a questão da Responsabilidade Social.

Embora o conceito de RS tenha sido “firmado” no século XX, exemplos de instituições que lutaram pelos interesses dos trabalhadores, da comunidade ou do meio ambiente já ocorriam nos séculos anteriores. Segundo o relatório da ISO¹, no fim do século XVIII consumidores ingleses deixaram de consumir o açúcar produzido no Caribe porque este provinha de trabalho escravo; em contrapartida, a Companhia das Índias Ocidentais mudou para um fornecedor “não-escravário” em Bengal, região do nordeste da Índia.

As maiores evidências de ascensão de práticas socialmente responsáveis ocorrem desde o período pós 2ª Guerra Mundial. As Nações Unidas, por exemplo, tiveram grande participação na criação de novos princípios de Direitos Humanos. Em 1948, a entidade adotou a Declaração Universal dos Direitos Humanos, que sustenta que “todo indivíduo tem a responsabilidade de se esforçar pela promoção do respeito aos direitos individuais e à liberdade”². São instrumentos que buscam garantir cidadania universal, mas que funcionam como complementares às leis sociais vigentes de cada país.

O que já se percebia eram interpretações distintas sobre qual o papel da empresa na sociedade e sua responsabilidade com o meio ambiente e com os seus próprios trabalhadores, entre outros *stakeholders*. Alguns já defendiam que cabia aos empresários “implementar as políticas, tomar as decisões ou seguir as linhas de ação que sejam desejáveis em torno dos objetivos e dos valores da sociedade”³.

Embora esta visão ultrapasse a noção corrente de filantropia baseada apenas na caridade, havia outra visão dominante, pregada pelo economista neoclássico Milton Friedman, Segundo ele, a RS da empresa era, essencialmente, ser lucrativa, já que desta forma será capaz de gerar empregos, pagar salários compatíveis que ajudem na melhoria das condições de vida dos seus funcionários, além de pagar os impostos que aumentam o “bem estar” público. Caso contrário, a empresa estará lesando seus acionistas, pois estará transferindo recursos a outros fins que não o de geração de lucro e se autotributando. Atitudes sociais, como o trabalho voluntário, por exemplo, podem ser feitas por qualquer agente pertencente à organização desde que este não use nenhum recurso da mesma.

Entre as décadas de 70 e 80, novas questões sobre as obrigações das empresas no âmbito social foram levantadas. Lourenço e Schröder (2003) afirmam que foi nesta

¹ April30, 2004 - ISO Advisory Group on Social Responsibility. Working Report on Social Responsibility

² Tradução livre do Relatório April30, 2004 - ISO Advisory Group on Social Responsibility Working Report on Social Responsibility

³ Lourenço e Débora (2003)

época que a ética empresarial se consolida como campo de estudo. É o período do governo Nixon nos EUA, do escândalo *Watergate*, mas, também, da criação de importantes organizações ambientalistas, entre elas, a WWF (*World Wildlife Fund*), Amigos da Terra (*Friends of the Earth*) e o Greenpeace.

O crescimento do número de atores preocupados com a questão da responsabilidade social no mundo já era bem significativo no fim da década de 90, o que contribuiu para a disseminação das questões éticas e morais nas empresas. Além disso, também se discutia a busca pelo real papel das organizações no sistema capitalista, visto que, paralelo a este debate, havia também a pressão social por mudanças.

Em janeiro de 1999, ao discursar no Fórum Econômico Mundial (evento anual que ocorre em Davos, na Suíça), o ex-secretário geral da ONU, Kofi Annan, propôs a idéia de uma parceria entre as Nações Unidas, ONGs e empresas, denominada Pacto Global (*Global Compact*). Esta idéia surgiu no imediato contexto das manifestações antiglobalização que ocorreram em Seattle (EUA), durante encontro da OMC (Organização Mundial do Comércio). Trata-se de um chamado para que as organizações (não somente empresas) adotem e apóiem, em suas respectivas esferas de atuação e influência, um conjunto de valores relativos aos Direitos Humanos, Condições Trabalhistas, Corrupção e Meio Ambiente. Os dez princípios constituem-se em⁴:

Direitos Humanos

Princípio 1: Respeitar e proteger os direitos humanos;

Princípio 2: Impedir violações de direitos humanos;

Direitos Trabalhistas

Princípio 3: Apoiar a liberdade de associação no trabalho;

Princípio 4: Abolir o trabalho forçado;

Princípio 5: Abolir o trabalho infantil;

Princípio 6: Eliminar a discriminação no ambiente de trabalho;

Proteção ao Meio Ambiente

Princípio 7: Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;

Princípio 8: Promover a responsabilidade ambiental;

Princípio 9: Encorajar tecnologias que não agridem o meio ambiente;

Combate à Corrupção

Princípio 10: Lutar contra toda forma de corrupção.

O processo de adesão ao Pacto Global envolve uma série de requisitos e podem ser adotados por empresas, sindicatos, universidades, agências governamentais e entidades da sociedade civil.

Na década seguinte, outras iniciativas também marcaram presença. Em junho de 2000, os ministros representantes dos países da OCDE (Organização para Cooperação e Econômica e Desenvolvimento) aprovaram uma nova versão das Diretrizes das Empresas Multinacionais. Essas diretrizes recomendam princípios voluntários e padrões de conduta para a empresa que se pretende responsável, e que esteja de acordo com as leis adotadas em cada país. Em julho de 2001, a comunidade europeia

⁴ Adaptado de “Boletim Brasileiro do Pacto Global” (2004)

lançava, em Bruxelas na Bélgica, um “Livro Verde” sobre RS com o título “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social nas empresas”. Era um lançamento que visava ampliar o debate sobre formas de implantação de RS nas empresas, tanto no âmbito europeu quanto no internacional.

Vale a pena destacar ainda um evento importante, organizado como resposta da sociedade aos efeitos da globalização. O Fórum Social Mundial – que completa dez anos de atuação em 2010 – reúne pessoas de todas as partes do mundo para promover um ambiente democrático de idéias, troca de experiências, e articulação de movimentos entre diversos setores da sociedade. Discutem os direitos humanos, proteção ao meio ambiente, acesso à saúde e à educação, buscando a “construção de alternativas às políticas neoliberais”⁵.

Mas se o número de empresas que buscam aprimorar suas práticas de RS aumenta, significativamente, ainda são poucas as que se articulam com outros agentes do mercado, e com órgãos do governo ou organizações da sociedade civil na busca de parcerias que criem soluções em prol do interesse coletivo.

Em resposta à pressão social por mais transparência, as empresas começaram a publicar os chamados balanços sociais, demanda antiga do IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), liderada por Herbert José de Sousa, o Betinho. Ao divulgar os resultados financeiros realizados na área social, a empresa melhora sua reputação frente à opinião pública e, provavelmente, sua rentabilidade, uma vez que os investidores passariam a ter maior segurança com relação ao retorno futuro dos investimentos feitos na empresa.

O Balanço Social foi o primeiro passo para a criação de padrões de relatórios de sustentabilidade, aceitos a nível internacional. Atualmente, o que reúne maior adesão das organizações é o *Global Reporting Initiative* (GRI), adotado por mais de 400 companhias em cerca de 40 países⁶.

A visão contemporânea de RS caracteriza-se pela implementação de iniciativas que não são impostas pela lei, mas, sim, adotadas voluntariamente pelas organizações, como forma de demonstrar seu compromisso com a sociedade. Elas migram de uma postura passiva para uma atitude pró-ativa, buscando comunicar-se com as partes interessadas (*stakeholders*) e, com isso, abrir novas oportunidades de negócios.

Finalmente, destacamos alguns fatores que foram chave para a disseminação do conceito atual de RS⁷:

- O crescente número de organismos internacionais (como a ONU, OIT, por exemplo) que articulam a nível global normas de conduta da sociedade;
- Os avanços da globalização, nas áreas de comunicação e tecnologia, que fortaleceram a interação continental, o acompanhamento mais próximo das atividades corporativas e a rápida disseminação das informações que concernem tais atividades;

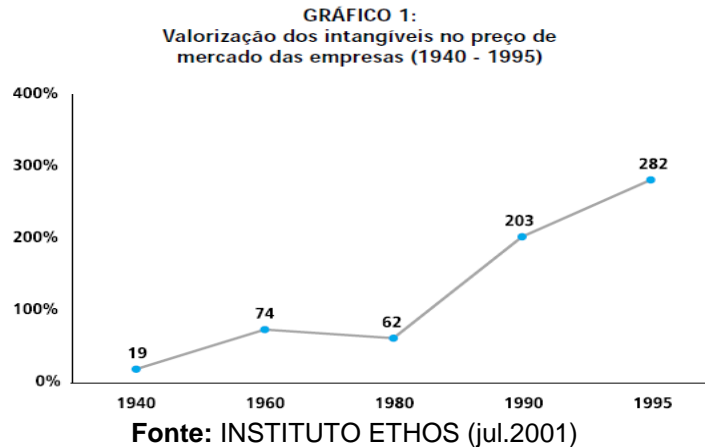
⁵ www.forumsocial.org.br

⁶ www.globalreportinginitiative.org

⁷ Adaptado de *April 30, 2004 - ISO Advisory Group on Social Responsibility. Working Report on Social Responsibility*

- A crescente presença e participação das multinacionais no comércio de bens e serviços e, portanto, o seu maior peso por práticas socialmente responsáveis. Tais empresas trabalham em ambientes de costumes, cultura, sociedade, leis (dentre outras características nacionais) de diferentes países e suas ações precisam se adaptar a estes aspectos também.
- A percepção de valores intangíveis como essenciais aos negócios, em especial a questão da reputação da organização como chave para sua sobrevivência.

Vale a pena dar maior destaque a esta última característica relativa aos valores intangíveis. Os dados abaixo indicam a crescente importância dos ativos intangíveis no ambiente de mercado.



O gráfico permite constatar que os componentes intangíveis – tais como conhecimento, informação, criatividade, capacidade de gestão e inovação, imagem da marca e reputação, motivação dos colaboradores etc. – aumentaram em quase 1.400%, sua contribuição na avaliação do preço de mercado das empresas. Valor que, sem dúvida, é hoje muito superior, tendo passado quinze anos do período analisado.

A pergunta é se esta nova visão de RS é capaz de fomentar soluções para os problemas globais na velocidade que estes últimos ocorrem, levando-se em conta que a sustentabilidade pressupõe o equilíbrio entre os três pilares: econômico, social e ambiental, conhecido como *Triple Bottom Line*⁸.

1.1 – STAKEHOLDER: CONCEITO CENTRAL DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A idéia de que as empresas não devem somente satisfação aos seus acionistas como também a um grupo de “partes interessadas” (*stakeholders*) ou influentes no negócio é outro importante aspecto relacionado à RS. A responsabilidade social empresarial também é definida pela sua forma de gerir um negócio baseado na identificação e consideração dos impactos de suas atividades a todos os agentes

⁸ A expressão *Triple Bottom Line* foi usada, pela primeira vez, por John Elkington, fundador e presidente do conselho da organização SustainAbility.

envolvidos, sejam eles, digamos, “concretos” (trabalhadores, consumidores, fornecedores, sociedade) ou “abstratos” (o meio ambiente, comunicação, o futuro, etc.).

Uma das tarefas das organizações é identificar estes agentes e trazê-los para o dia a dia dos negócios, além de buscar maneiras de determinar, mensurar e divulgar os impactos das suas atividades sobre estes agentes. Como é impossível identificar e comprometer-se com todos os *stakeholders*, as empresas buscam parcerias com organizações não-governamentais (ONGs), que geralmente representam alguns destes grupos, de forma a compartilhar.

O *stakeholder* é, portanto, todo aquele que é impactado de alguma forma pelas operações de um empreendimento ou negócio. Além dos agentes já mencionados anteriormente, podemos citar ainda os governos, as comunidades locais (respeitando seus costumes e cultura) além, claro, dos acionistas (que deixam de ser o único público-foco das empresas).

2- A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BRASIL

Comparado aos fatores que levaram a ascensão da RS em outros países desenvolvidos, o Brasil foi um dos pioneiros entre os países em desenvolvimento na implantação no movimento da RS. No final dos anos 80 e início dos anos 90, concomitante à intensificação do progresso tecnológico e à rápida disseminação de novas soluções em Tecnologia da Informação, impõe-se a visão neoliberal dos mercados, consolidando sua globalização e, por conseguinte, ampliando as fronteiras dos Estados nacionais.

Diante deste novo cenário internacional, a economia ingressa num processo de internacionalização de abertura comercial. Crescem em presença e importância as multinacionais no País, levando as organizações brasileiras a aderirem às novas diretrizes que passam a reger a competitividade no mundo capitalista.

Os episódios do *impeachment* do Collor e a campanha do sociólogo Herbert de Souza (o Betinho) contra a fome são alguns exemplos de movimentos que buscaram fortalecer as causas sociais num contexto de crescente globalização do País. Vários segmentos da sociedade participaram da campanha, inclusive um segmento mais progressista de empresários, que viria a criar o Instituto Ethos de Responsabilidade Social, em 1998.⁹

Durante a década de 90, outros episódios indicavam a crescente participação do segmento privado em questões públicas. O antigo Banespa (Banco do Estado de São Paulo) publicou, em 1992, um relatório completo com o resultado de todas as suas ações sociais. No ano seguinte, empresas de outros setores seguiram seu exemplo.

Surgem, nesta década, as entidades empresariais, como o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, criados em 1995 e 1998, respectivamente, preocupadas em demonstrar que a adoção de práticas responsáveis aumenta as condições de competitividade da empresa.

⁹ O sociólogo Betinho e sua instituição, o IBASE, foram responsáveis pela criação, em 1997, do Balanço Social, o primeiro indicador destinado a contabilizar a contribuição das empresas para a sociedade

Nos primeiros anos do novo milênio, a RS começa a chamar a atenção dos principais meios de comunicação e da mídia nacional, enquanto cresce o número de publicações especializadas e seminários e prêmios especialmente dedicados ao tema. No âmbito empresarial, proliferam iniciativas de cidadania empresarial, com o objetivo de agregar à organização a marca da responsabilidade social.

inicialmente, entretanto, as “ações sociais” estiveram focadas principalmente na filantropia. Para o empresariado brasileiro, há uma consideração de que a organização possui suas dimensões econômicas (obtenção de lucro) e sociais, embora estas últimas estejam sempre em segundo plano.

Segundo Queiroz (2000), embora o termo “responsabilidade social” vem sendo bastante utilizado no país, tanto nos meios de comunicação quanto no acadêmico, não chegou-se a um consenso do que seja uma “empresa socialmente responsável” e como se avaliá-la. As ações sociais promovidas pelas empresas brasileiras ainda são muito motivadas por questões estritamente humanitárias. Não há, portanto, motivação de conduzir práticas socialmente responsáveis visando o fortalecimento de seus negócios. O aumento de empresas interessadas nos projetos sociais se deve à “conscientização dos empresários de que precisam agir rápido e fazer algo pelo país, preenchendo a lacuna deixada pela falência do Estado em prover o bem estar social, pois, caso contrário, num futuro próximo, verão seus mercados minguarem”¹⁰.

Alguns dados ajudam a observar a situação brasileira quando o assunto é responsabilidade social. Segundo FISCHER E FALCONER (1999), que citam uma pesquisa realizada no mesmo ano pelo Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor da Universidade de São Paulo (CEATS – USP), com 273 companhias privadas e estatais provenientes de nove estados e do Distrito Federal, os ganhos com as práticas dentro do ambiente organizacional geraram os seguintes resultados:

- Os investimentos em ações sociais melhoram em 79% a imagem institucional da empresa e amplia em 74% suas relações com a comunidade;
- Há um crescimento 34% na motivação e produtividade dos funcionários. Para muitos colaboradores, é um orgulho saber que a organização da qual faz parte também trabalha para o desenvolvimento de sua comunidade;
- Como conseqüência, também, há uma melhora no envolvimento do funcionário com a empresa em 40%;
- Por fim, esta nova forma de interação contribui para o desenvolvimento de conhecimentos, técnicas, e habilidades dos funcionários em 52%.

Esta é mais uma comprovação da crescente importância dos ativos intangíveis, demonstrando que grande parte dos ativos de uma organização está relacionada ao capital humano (não só os próprios colaboradores, como também a comunidade na qual a organização atua), e que este é constituído de aspectos subjetivos (motivação, conhecimento, habilidades) difíceis de serem construídos e mensurados, e impossíveis de serem imitados.

Na segunda edição da pesquisa “Ação Social das Empresas”, realizada pelo IPEA (Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas) entre 2000 e 2004, percebe-se um expressivo aumento no número de empresas privadas brasileiras que realizaram ações

¹⁰ Responsabilidade Social Empresarial nas Organizações de Varejo.

sociais visando beneficiar as comunidades nas quais atuam. Em 2004, cerca de 600 mil empresas atuaram de forma voluntária e investiram um montante de aproximadamente R\$ 4,7 bilhões, o que correspondia a 0,27% do PIB do país naquele mesmo ano¹¹.

Há outras conclusões interessantes nesta pesquisa. Foram poucas as empresas que se utilizaram de benefícios tributários para investir no social, seja porque não compensava, seja por não ter conhecimento deste procedimento. As regiões Sul e Nordeste foram as mais beneficiadas no montante final dos investimentos, oriundos, majoritariamente, das grandes empresas (94% do total).

Por fim, esta pesquisa também avaliou a percepção dos empresários sobre o seu papel social. A grande maioria (78%) ainda atribui ao Estado a obrigação de prover as necessidades sociais. Portanto, o entendimento corrente é que a atuação privada não substitui o poder público, tendo um caráter de complementar as ações dos governos.

Uma publicação recente confirma esta tendência identificada pelo IPEA no início da década. Na pesquisa realizada em 2008, o Instituto Ethos, em parceria com o Instituto Akatu, avaliou a implantação de um conjunto de 56 práticas de responsabilidade social, envolvendo desde questões relacionadas às relações com funcionários e fornecedores passando por ambientais, até questões de natureza ética e, de governança corporativa, incluindo diálogo com os diferentes stakeholders.¹²

Entre as principais conclusões, a pesquisa revelou que 50% das empresas já praticam ao menos 22 das 56 ações de RS listadas. Comparado à pesquisas anteriores, houve, segundo os pesquisadores, um aumento considerável no número de práticas implantadas: em 2004, um estudo análogo mostrava que 50% das empresas só tinham 11 de um total de 55; portanto, um aumento de quase 100%.

Mesmo considerando que o movimento da responsabilidade social no Brasil avançou expressivamente nestas duas últimas décadas, uma questão persiste. O modelo de atuação social vigente no País permitirá as empresas brasileiras se adequarem à norma internacional de RS?

As possíveis respostas a esta pergunta serão discutidas nos próximo tópicos.

3- A NOVA VERSÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL 2.0 (RSE 2.0)

O ano de 2010 ficará marcado pela sucessão de catástrofes naturais associadas às mudanças climáticas. Como já era de esperar, a década se inicia tendo a frente um novo desafio: buscar formas de adaptação às mudanças provocadas pelos eventos climáticos, sobretudo que agravarão ainda mais o já elevado nível de pobreza. Neste contexto, a RS tal qual tem sido praticada parece modesta diante dos desafios.

O objetivo desta seção é refletir sobre o novo papel da RS no dia a dia das empresas. O que reforça o caráter não estático desta estratégia, que muda para se adaptar às novas demandas e desafios. Um dos idealizadores da versão que vem sendo denominada CSR 2.0 chama-se Wayne Visser, professor da Universidade de Cambridge, CEO e fundador da entidade “*CSR International*”, ONG inglesa criada em março 2009 para difundir práticas e criar uma rede de interessados no tema¹³.

¹¹ Fonte: www.ipea.gov.br/acaosocial

¹² INSTITUTO ETHOS, INSTITUTO AKATU (2008)

¹³ www.csrinternational.org

Ao fazer uma analogia com a revolução nos meios de comunicação que a internet nos trouxe, fenômeno conhecido como Web 2.0, Visser percebe que a maneira de se olhar e praticar a RS também passa por esta revolução; em especial pelo aumento no “poder” dos *stakeholders* (em especial, os consumidores) fortalecidos pela facilidade de acesso às informações.

Assim, a antiga visão CSR 1.0 (termo em inglês que significa Corporate Social Responsibility – a Responsabilidade Social Empresarial) sofre também uma evolução em sua abordagem e passa a ser vista como CSR 2.0 (que ele traduz como Corporate Sustainability and Responsibility, a Responsabilidade e Sustentabilidade Empresarial), que chamaremos de RSE 2.0¹⁴.

É importante ressaltar antes que não existe um consenso sobre o termo RSE 2.0 (ou CSR 2.0). Este termo também é utilizado por outros especialistas com abordagens variadas sobre suas respectivas visões na qual a responsabilidade social passa por uma transformação.

Para Visser, embora o movimento da RS tenha evoluído bastante, falhou em seus principais objetivos. Do ponto de vista dos impactos dos negócios na sociedade e no planeta, a RS falhou no sentido de evitar suas conseqüências negativas ou, pelo menos, moderar a extensão e magnitude dos impactos. Ele elenca três causas¹⁵. A primeira delas diz respeito à visão de RS como um incremento (*incremental CSR*), pois desde a década de 70 do século passado a preocupação central das empresas era com a gestão da qualidade. A segunda causa diz respeito à falta de comprometimento em RS como um dos *core business* da empresa. Mesmo nas empresas que adotam sistematicamente ações em RS, o foco principal continua sendo a satisfação dos acionistas e a obsessão pelo retorno financeiro de curto prazo (as regras deste sistema capitalista atual). Por fim, a terceira causa é a falta de evidência de que a RS é “bom para o negócio”. Em outras palavras, a dificuldade de mensurar o verdadeiro retorno financeiro do investimento em RS faz com que as empresas não se comprometam com as ações de longo prazo.

3.1 – A REVOLUÇÃO DA WEB 2.0

Após apresentarmos a opinião de Visser sobre a “velha” visão de RS, convém comentar as principais colaborações da Web 2.0 para assim prosseguir no conceito final de RSE 2.0.

Web 2.0 quer dizer basicamente dinamização social facilitada pela internet. Neste novo cenário, a construção da informação na rede não é somente feita pelo desenvolvedor de uma página qualquer, mas sim por todos os leitores da mesma. Estamos nos referindo à facilidade de interação e envolvimento entre as pessoas através dos sites de relacionamento (como Orkut, Facebook, *Twitter*), dos sites de jornalismo, nos quais o leitor também constrói a notícia ao enviar o seu comentário (a co-criação), o mesmo se tratando dos blogs, em especial pela liberdade de expressão que esta ferramenta proporciona. Como resultado, estão a troca de experiências e de conhecimento (adquirido de forma mais rápida, dinâmica), criando um espaço mais democrático e outros benefícios para o leitor.

¹⁴ Tradução livre do autor.

¹⁵ Visser, W. (2010)

Na relação empresa-consumidor, a Web 2.0 sem dúvida significou uma mudança de “poderes”. Não apenas os consumidores têm o poder tecnológico da internet em suas mãos como também estes se tornaram mais conscientes de seu papel. Tradicionalmente, os consumidores eram vistos como um grupo desestruturado guiados apenas por seus hábitos de compra. A chegada da Web 2.0 mudou isso. O poder deste stakeholder não se traduz em quantidade, ou seja, não é apenas um grande número de consumidores que pode protestar ou ter alguma influência sobre os serviços ou produtos de uma empresa (quanto estes não estão dentro de um determinado padrão). Com essa nova mídia online, o poder de um simples blogueiro – com um alto número de leitores – pode significar dor de cabeça para uma empresa caso o blog passe a tratar de assuntos relacionados a atos irresponsáveis praticados pela companhia. Os consumidores estão mais informados do que nunca e, portanto, mais críticos e com a capacidade de ouvirem e serem ouvidos por uma audiência de milhões de pessoas através da web.

A maior parte da percepção do negócio de uma empresa, na visão dos *stakeholders*, não é só criada pela divulgação de seus relatórios sociais anuais. Com a web 2.0, a empresa também passou a utilizar outras formas mais diretas de interação com os diferentes públicos. Os consumidores, em especial, sabem que a sua opinião importa tanto à marca de uma empresa quanto uma pressão de uma ONG para os negócios. Eles esperam ser ouvidos, mesmo que não seja através de pesquisas de satisfação. A web 2.0 veio preencher este espaço com as suas diversas ferramentas, dentre as principais acima listadas. As organizações procuram desta forma oferecer uma plataforma de discussão com os *stakeholders*, seja um blog, uma *wiki* (para tratar de assuntos específicos) ou participação ativa nestas redes de relacionamentos. E esperam, do outro lado, que os *stakeholders* se sintam ouvidos por estas ferramentas.

As empresas sabem da importância e potencial de ouvir de perto as opiniões dos consumidores porque isto pode se traduzir em melhorias na provisão de seus produtos ou serviços. O engajamento com os *stakeholders* nas questões de RS ajudam as empresas a melhor descobrirem soluções para a redução do desperdício e identificação das reais necessidades do consumidor. Muitos *stakeholders* têm interesse nos negócios das empresas e através da web este caminho se tornou mais fácil: ao viverem no mesmo Planeta, o que eles procuram é que o seu consumo seja parte da solução e não parte de um problema maior¹⁶.

3.2 - RESPONSABILIDADE E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL: RSE 2.0

Da mesma forma que ocorreu com a Internet, a RS passa por um processo de transição. Na visão de Visser (2010), a emergência das redes sociais e outras ferramentas que estão revolucionando as relações sociais pela web são como uma metáfora às necessidades de mudança que a RS precisa experimentar para redefinir a sua contribuição e causar grandes impactos nos desafios sociais, éticos e ambientais que o mundo enfrenta.

Importantes características diferenciam a RSE 2.0 da “antiga” RS. Em sua obra, Visser destaca os cinco princípios que formam a segunda geração da RSE, versão 2.0

¹⁶ Fawkes, P. (2007)

¹⁷: *Conectedness* (C) – Conectividade, *Scalability* (S) – Atingir escala, *Responsiveness* (R) – Receptividade, *Duality* (2) – Dualidade e *Circularity* (0) – Circularidade.

Conectividade: Para que a organização tenha sucesso nas práticas socialmente responsáveis, ela deve “quebrar a hegemonia” dos acionistas. A fim de não se prender apenas a este grupo, é dever dela que o relacionamento *multistakeholder* seja institucionalizado. O envolvimento de todas as partes interessadas passa a ser de extrema importância para a sobrevivência e reputação de uma organização na conjuntura atual.

Atingir escala: os bons exemplos (*good cases*) de RS raramente possuem um efeito multiplicador, seja a nível regional ou global, de suas práticas. Eles se tornam apenas projetos de sucesso, mas pouco se discute sobre como estes exemplos podem ser reproduzidos em maior escala. Os problemas de sustentabilidade, sejam eles relacionados ao clima ou à pobreza, manifestam-se em escala global e exigem urgente equacionamento. A solução em RS que não pode ser replicável ou reproduzida, tem pouca utilidade. Um bom exemplo é o Grammen Bank, criado por Muhammad Yunus, após um longo período de fome em Bangladesh. Através de empréstimos e microcréditos às mulheres, transformou um negócio de \$74, em 1974, para \$2.5 bilhões, em valores atuais, atendendo a milhões de famílias, em mais de 50 países.

Receptividade: a RSE 2.0 requer que a organização se questione se está respondendo corretamente às demandas sociais. Em outras palavras, se o seu modelo de negócio é parte da solução ou parte dos problemas que enfrentamos. Este princípio também significa dar maior transparência aos negócios, não apenas através de relatórios, mas, principalmente, pela troca de conhecimento com os seus *stakeholders*. Neste quesito, a Web 2.0 desempenha um papel extremamente importante.

Dualidade: Parte do debate em RS está focado na polarização do “ser ou não ser”. Ou a empresa é socialmente responsável ou ela não é. Visser argumenta que esta forma de análise falha ao reconhecer que as questões relacionadas a RS se manifestam como dilemas, e não como simples escolhas de “sim ou não”. Em um mundo complexo e interconectado, as empresas (e os seus críticos) terão de se tornar mais eficientes na compreensão dos contextos locais e na busca das soluções mais adequadas, aceitando os dois lados de uma visão e não contrapondo-os.

Circularidade: Outra razão pela qual Visser mostra a deficiência da antiga visão de RS reside no contexto em que ela se aplica: um sistema econômico global caracterizado por falhas e alto desperdício. Na RSE 2.0, as questões de uso e consumo devem ser pensadas de forma circular, ou seja, os “desperdícios” podem ser reutilizados. É um princípio aplicável à construção de prédios, por exemplo, os quais, assim como árvores, podem produzir mais energia do que consomem e reutilizarem a água desperdiçada; produtos em decomposição que se transformam no seu oposto, em nutrientes; materiais que, em vez de descartados, são úteis em outros ciclos industriais como matérias primas. A circularidade não se aplica somente ao meio ambiente. As organizações também devem reciclar suas ações e seu capital humano, não apenas através da educação e treinamento. A RSE 2.0 busca o consenso, no trabalho e na vida pessoal, procurando equilibrar a integridade ecológica com a viabilidade financeira.

¹⁷ Tradução livre do autor.

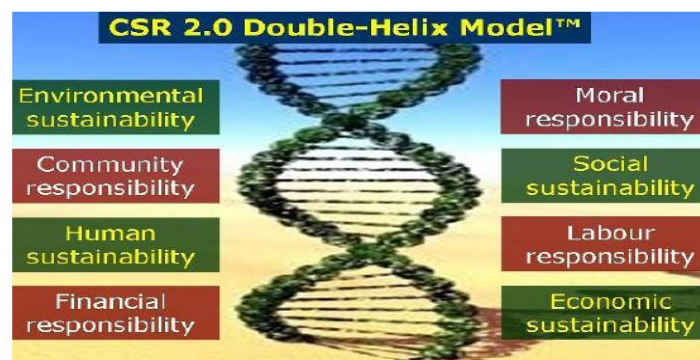
Na visão de Visser, a versão 2.0 da RSE significa que a responsabilidade social não poderá mais ser apresentada como um produto ou serviço de luxo, mas, sim, como solução disponível a todos que buscam melhorias na qualidade de vida e nas condições de trabalho. Os indicadores de RS devem incorporar as várias dimensões da performance corporativa: social, ética, ambiental e econômica; e construir um ranking mais preciso, similar ao que é feito nas agências de classificação de risco, de maneira a subsidiar a decisão de investimento.

RSE 2.0 significa também o fim dos departamentos de RS dentro das empresas, já que as dimensões de sustentabilidade e responsabilidade social passarão a integrar todos os pilares de crescimento e manutenção da competitividade nos mercados. Os relatórios (geralmente anuais) de RS serão substituídos pela publicação em tempo real das performances em RS, e amplamente divulgados pela Web 2.0 através das redes sociais, ao invés de se restringirem às reuniões periódicas com poucos *stakeholders* (quando estas ocorrem!).

Visser conclui sua tese, questionando se precisamos ou não de um novo modelo de RS. Se sim, o que fazer para chegar a ele. Na antiga versão de RS, o próprio “S” relacionado ao “social”, impõe um limite na agenda da RS..A RSE 2.0 propõe uma nova interpretação sobre estes termos. A sustentabilidade pode ser entendida como o destino – os desafios, a visão, a estratégia e as metas, isto é, o que estamos almejando – enquanto a responsabilidade está mais relacionada à jornada até este “destino” – as soluções, as respostas, a gestão, as ações, isto é, como chegaremos lá.

O autor apresenta figurativamente esta nova visão. A interconectividade está organicamente presente na RSE 2.0, que também representa a não hierarquia das questões econômicas, sociais e ambientais a serem trabalhadas, e cada uma delas correlaciona-se à questão da responsabilidade e à sustentabilidade. São variáveis que não podem ser dissociadas durante a execução das atividades econômicas.

Figure 2: The DNA of CSR 2.0 (Double-Helix Model)



Fonte: Visser, W. (2010)

Em suma, o que se busca é mudar a concepção do objetivo fim de uma organização. O propósito desta não é ser lucrativa e/ou servir aos interesses dos acionistas. O seu verdadeiro propósito é servir a sociedade, através da provisão de segurança, produtos e serviços de alta qualidade que aumentem o bem estar social, mas sem destruir os recursos ambientais necessários para o fornecimento desses bens. Visser lembra um discurso de David Packard, co-fundador da Hewlett-Packard (HP):

“Why are we here? Many people assume, wrongly, that a company exists solely to make Money. People get together and exist as a company so that they are able to accomplish something collectively that they could not accomplish separately – they make a contribution to society.”

Causar um impacto positivo na sociedade é a essência da RSE 2.0 – não apenas como uma nova maneira de pensar, como também um novo modo de fazer negócios. RSE 2.0 não espera “resgatar o Titanic com uma colher de chá” – que é na visão de Visser o feito da antiga RS – mas, sim, trazer todo o navio de volta.

4- POR QUE UMA NORMA EM RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Voltando à norma internacional em RS, além da existência de distintas interpretações de RS, conforme comentamos, há o problema da padronização de um conceito tão amplo. O fenômeno da globalização impõe a criação de parâmetros de comportamento que possam ser compartilhados por todas os *stakeholders*.

A criação de uma norma internacional em RS possibilita a implementação de ações mais concretas, complementares à crescente preocupação e pressão da sociedade em relação aos direitos humanos em seu sentido mais amplo, englobando os direitos trabalhistas e políticos, e o direito dos consumidores, além da preservação ambiental. A norma pressupõe maior transparência das organizações na comunicação de suas ações a todos os públicos interessados em seu processo produtivo. São empresas, governos, associações, entidades da sociedade civil e ONGs (o “Terceiro Setor”) dos mais variados perfis que, ao incorporarem (ou melhor, internalizarem) em seus modelos de gestão princípios de RS, podem contribuir para a utilização mais consciente e sustentável de nossos recursos naturais e humanos em escala global e um futuro digno às próximas gerações.

Ademais, a existência de um padrão pode vir a ser muito útil para eliminar a confusão que é feita entre RS e filantropia. Ações filantrópicas são atitudes que causam impacto momentâneo, como por exemplo, as doações de comida e roupas aos necessitados. Bem vistas por toda a sociedade, são ações realizadas por pessoas e empresas que buscam aliviar as carências e o sofrimento imediatos; mas são temporárias. É uma atitude individual, do cidadão, seja ele um empresário ou não, que não resulta em benefício de longo prazo, funcionando principalmente como conforto pessoal e moral de quem a pratica¹⁸.

Já a Responsabilidade Social visa o envolvimento e desenvolvimento contínuo da sociedade com a qual se trabalha. É uma ação bem mais abrangente, voltada para o futuro, tal como educação e treinamento, e projetos de geração de renda. Trata-se de uma atitude coletiva – portanto, um conjunto de vontades individuais, que envolvem gerentes, colaboradores, diretores, clientes, entre outros parceiros de uma empresa. Para as instituições e organizações – sejam elas públicas ou privadas – agir de forma responsável significa investimentos necessários no “hoje” que visam diminuir o impacto de suas ações em troca de um retorno social (e também nos negócios) no “amanhã”.

Não pretendemos, contudo, discutir qual das duas atitudes (filantropia ou RS) é a mais importante e sim buscar esclarecer o que cada uma delas significa, e quando

¹⁸ Corrêa e Medeiros (2003)

devem ser implementadas: enquanto as ações filantrópicas garantem a sobrevivência no dia de hoje, as ações de RS oferecem oportunidades no futuro.

A questão mais importante a destacar é que, ao fazer a distinção entre as duas práticas, as empresas que praticam a filantropia não podem se auto-denominar empresas socialmente responsáveis. O Instituto Ethos classifica uma empresa como socialmente responsável quando esta vai “além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores”¹⁹.

Além disso, uma norma de RS que estende sua abrangência para incluir as instituições não voltadas para os negócios, confere mais credibilidade à questão dos direitos humanos. E, claro, maior importância e aplicação dos princípios de RS para um público mais numeroso. Os que acreditam nesta visão argumentam que qualquer organização, independentemente do seu tipo de negócio ou porte, deve honrar os mesmos princípios de RS, assim como devem atuar nas questões ambientais que se tornaram parte do escopo de suas atividades²⁰.

5- A FUTURA NORMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: ISO 26000

5.1 – INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO)

O termo ‘iso-’, prefixo da língua grega que significa ‘igual’, representa ainda a organização responsável pela criação desta norma e outras anteriores. A *International Organization for Standardization* (ISO) é uma organização não-governamental criada em 1946, com sede em Genebra, na Suíça, formada por representantes de mais de 155 países, funcionando como uma rede integrada internacional de órgãos de normalização em todo o mundo. Uma de suas finalidades é definir um padrão mundial para implementação de normas e diretrizes direcionadas à responsabilidade socioambiental nas organizações.

A ISO criou normas técnicas para quase todas as atividades econômicas; exceto no campo da eletroeletrônica, que é de responsabilidade da *International Electrotechnical Commission* (IEC). Por intermédio de cooperações no âmbito científico, tecnológico e intelectual, a organização acredita que a padronização dos processos a nível internacional facilita o intercâmbio de produtos e serviços, a disseminação do conhecimento e das boas práticas em gestão, além dos avanços na área tecnológica.

A criação de uma nova norma é feita através de um consenso por parte dos membros que participam de sua elaboração. Nesta fase, os representantes dos setores sobre os quais a norma terá algum impacto reúnem-se, periodicamente, para trocar experiências e identificar as melhores práticas de gestão com o objetivo de se chegar a um acordo sobre cada aspecto da norma. Por fim, quando uma norma internacional da ISO é publicada, todos os países membros da organização podem traduzi-la e adotá-la como norma nacional. Atualmente, a ISO possui um portfólio de mais de 15.000 normas que recomendam as melhores práticas aos mais variados ramos de negócios.

¹⁹ www.ethos.org.br

²⁰ *April30, 2004 - ISO Advisory Group on Social Responsibility Working Report on Social Responsibility*

As normas ISO 9000 e ISO 14000 estão entre as mais conhecidas certificações no mundo: a primeira está relacionada à Gestão da Qualidade e a segunda à Gestão do Meio Ambiente. São séries que beneficiam empresários na busca por soluções de problemas de produção e melhoria de produtividade, além de tornar o negócio mais transparente, eficiente e gerando mínimo impacto na natureza.

5.2 – O PROCESSO DE CRIAÇÃO DA ISO 26000

Os debates para a construção da futura norma de RS já estavam ocorrendo desde o ano de 2000, embora as primeiras discussões tenham começado, oficialmente, em maio de 2002.

A ISO 26000 é considerada a “terceira geração de normas”, isto porque o desenvolvimento de uma norma em Responsabilidade Social se dá após a consolidação das normas que a precederam: a ISO 9001, de Gestão da Qualidade e a ISO 14001, de Meio Ambiente.

Conforme mencionado anteriormente, os primeiros passos para o desenvolvimento de uma norma se dão através da formalização de um grupo de membros, associados a ISO. Este grupo, conhecido como Grupo Consultivo Estratégico (SAG)²¹, foi o responsável pelas primeiras discussões, pesquisas e sugestões sobre qual seria o escopo e a abrangência da norma nos futuros debates. O objetivo inicial era recomendar à ISO se esta tinha condições, ou não, de prosseguir com o desenvolvimento de uma norma de Responsabilidade Social.

A seguir, destacamos as principais questões debatidas durante este período pelo SAG:

- i) Discussão sobre quais seriam as referências necessárias para um conceito – aceito por todos – de RS;
- ii) Tópicos para a criação de uma norma em RS que incluíssem aspectos de custo e benefício, nível de abrangência, integração dos instrumentos legais e a análise de iniciativas já existentes neste campo; e
- iii) O nível de competência da ISO para desenvolver uma norma em RS.

O SAG terminou o seu trabalho em abril de 2004. O seu relatório mostrava, dentre outras questões, qual era o “nível” de entendimento de RS no mundo e quais eram os pontos a serem considerados pela ISO para que se pudesse criar um conceito universal nesta área. Segundo Ursini & Sekiguchi (2005), apesar de a Responsabilidade Social ser um tema complexo e de difícil definição, – fato este que foi reconhecido pelos próprios membros do SAG –, a recomendação do SAG para o desenvolvimento de uma norma só deveria prosseguir se se considerasse algumas premissas, entre elas:

- Reconhecer que a RS envolve um número de temas qualitativamente diferentes dos temas já trabalhados pela ISO; são questões de natureza social, muitas vezes subjetivas e de difícil mensuração (se comparado ao cumprimento de qualidade de um produto), como os Direitos Humanos. Poderíamos citar ainda a necessidade e importância do envolvimento de

²¹ *Strategic Advisory Group, do ingles.*

todos os *stakeholders* no processo produtivo como um tema que exige um grande debate;

- Reconhecer que a ISO não possui autoridade ou legitimidade para criar obrigações sociais e políticas que são definidas pelos governos locais e organizações intergovernamentais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, Organização Internacional do Trabalho (OIT), além de outras convenções da ONU; o que se deve esperar da ISO 26000 é um instrumento que vise a complementação ao cumprimento das diretrizes e leis estabelecidas pelos governos e/ou as entidades internacionais acima citadas.
- Limitar o escopo do tema de maneira que sejam evitados assuntos que só possam ser tratados no campo político: ou seja, mais uma restrição à interferência da norma em questões legais e padrões já estabelecidos sobre os temas abordados;
- Reconhecer que a OIT tem um mandato único como a organização que define, em uma base tripartite, normas internacionais com respeito à questões trabalhistas. Em outras palavras, as diretrizes da ISO 26000 devem ser complementares aos padrões já estabelecidos pela OIT, nesta área;
- Reconhecer que, pela complexidade e evolução rápida do tema, não será fácil harmonizar todos os compromissos substantivos de Responsabilidade Social; é a partir da compreensão desta importante premissa que a ISO 26000 buscou uma dinâmica multi-stakeholder (ou seja, de participação de todas as 'partes envolvidas') para garantir maior legitimidade no documento final.
- Revisar seus produtos e, quando necessário, fazer ajustes para garantir uma participação significativa das partes interessadas.

Com relação ao escopo do trabalho, o SAG recomendou que a futura norma²²:

- Seja desenvolvida como uma diretriz e não como uma norma de requisitos (portanto, sem envolver certificação) que servisse de base para verificações de conformidade ou para apoiar as certificações existentes;
- Não seja apenas para uso por parte das empresas privadas e grandes corporações (multinacionais), mas, também, voltada às demais organizações e a todos os setores (como governos e ONGs) e que seja aplicável a todos os portes;
- Enfatize resultados de melhoria e desempenho;
- Adote uma terminologia comum para o tema de responsabilidade social;
- Contribua para que as organizações possam efetivamente abordar o tema de Responsabilidade Social em diferentes culturas, sociedades e ambientes;
- Possa complementar outros instrumentos e metodologias relevantes;
- Não tenha a intenção de reduzir a autoridade governamental no que tange à Responsabilidade Social das organizações;

²² Ursini & Sekiguchi (2005)

- Possa introduzir guias práticos sobre métodos e opções de operacionalização da RS, identificação e engajamento das partes interessadas (*stakeholders*) e aumento da credibilidade;
- Seja escrita em linguagem clara e inteligível.

Também com relação ao processo de construção, o SAG destacou, entre outras recomendações, os seguintes aspectos:

- Que a ISO trabalhe a fundo para permitir uma participação significativa dos países em desenvolvimento;
- A necessidade de se criar um comitê próprio para a Responsabilidade Social dentro da entidade (não utilizando nenhum comitê da ISO já existente, devido à complexidade do tema);
- Que o novo comitê seja composto por diversas partes interessadas e trabalhe de forma coordenada com os comitês já existentes.

Foi através deste relatório do SAG que se realizou, em junho de 2004, a Conferência Internacional da ISO sobre Responsabilidade Social, ocorrida em Estocolmo, na Suécia. O objetivo do evento foi discutir os pontos levantados pelo SAG e aprofundar o debate com todos os membros e países envolvidos na ISO para a construção de um consenso.

Entre os primeiros acordos obtidos está a confirmação das recomendações do SAG sobre a necessidade de uma norma que apresentasse diretrizes, escrita em linguagem de fácil entendimento, sem ser um documento de requisitos (isto é, sem certificação). Outro importante avanço resultante desta conferência, foi a decisão de desenvolver a norma através de uma parceria entre um país desenvolvido e um país em desenvolvimento. Das candidaturas submetidas, a parceria entre Brasil/Suécia foi a vencedora, em setembro de 2004, com os brasileiros na presidência e os suecos na secretaria do Grupo de Trabalho (GT) de Responsabilidade Social da ISO, responsável pela criação da norma. Ocupando a presidência está a figura do brasileiro Jorge Emanuel Cajazeira, engenheiro, gerente-executivo da Companhia Suzano Papel e Celulose; a vice-presidência coube ao sueco Staffan Söderberg, representante da WWF (*World Wildlife Fund*).

A entidade que representa a ISO em âmbito mundial, e teve papel decisivo na elaboração da norma, é a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Composto a chapa, a representação sueca ficou a cargo do Instituto Sueco de Normatização (*SIS – Swedish Standards Institute*). Ambos comandaram todos os encontros seguintes à Conferência de Estocolmo. Os principais avanços obtidos em cada um desses encontros são apresentados a seguir:

1ª Reunião Plenária, Salvador/Brasil, 7 a 15 de março de 2005: foi definida a estrutura organizacional da futura norma, com a liderança Brasil/Suécia no GT e a criação dos seis Grupos Tarefas – *task groups* – responsáveis por cada tema relevante. Foram três grupos de visão estratégica e três grupos responsáveis pela elaboração da norma e do conteúdo. A seguir, apresentamos o fluxograma de trabalho ²³

²³ Não nos preocuparemos em detalhar o trabalho de cada posição dentro desta estrutura. Ele apenas servirá como questão meramente ilustrativa

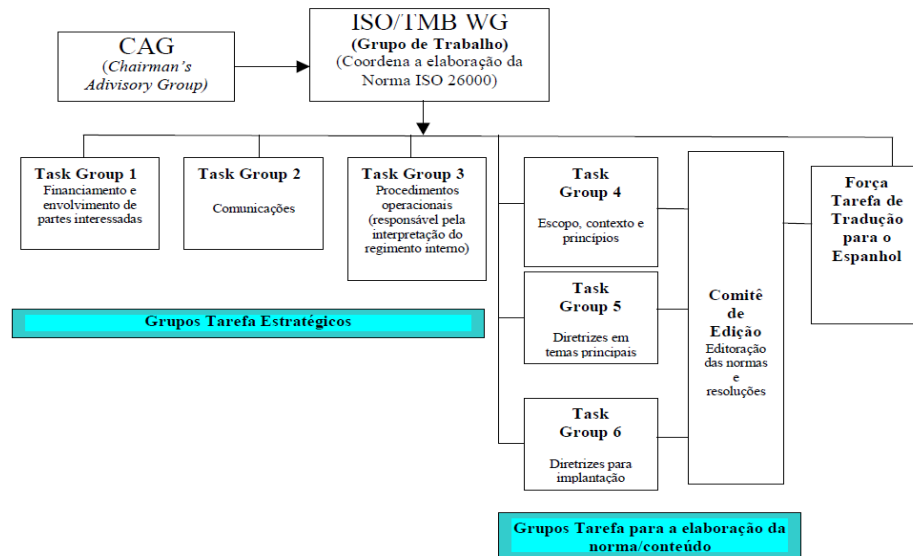


Figura 1 – Estrutura Organizacional para a Elaboração da ISO 26000. Fonte: Mello, Cristiana M. (2006)

2ª Reunião Plenária, Bangcoc/Tailândia, 26 à 30 de setembro de 2005: definição da estrutura geral da norma e a divisão dos trabalhos para cada Grupo Tarefa. As estrutura da ISO 26000 teria os seguintes itens e características:

- ISO 26000**
0. Introdução: fornecerá informações sobre os motivos de elaboração na norma e os seus conceitos principais;
 1. Escopo: definição do assunto e abrangência da norma, assim como os limites de sua aplicabilidade;
 2. Referências Normativas: toda a documentação de deve ser lida e consultada em conjunto com a norma;
 3. Termos e Definições: utilizados ao longo da norma que precisam ser definidos e fornecerá tais definições;
 4. O contexto da Responsabilidade Social no qual as organizações atuam: apresentará os contextos históricos e contemporâneos relacionados ao tema e também colocará questões emergentes da natureza do conceito de RS;
 5. Princípios de RS relevantes a todas as organizações: identificará os princípios mais relevantes em RS extraído de várias fontes e fornecerá diretrizes com relação a eles;
 6. Diretrizes sobre temas centrais de RS: esta seção vai tratar dos principais temas de RS que a ISO 26000 deverá englobar, oferecendo uma vasta quantidade de assuntos/questões centrais e as relacionará às organizações;
 7. Diretrizes para todas as organizações na implantação da RS: fornecerá diretrizes práticas para a implementação da RS e sua integração com a

Fonte: Adaptado de “Brasil e a futura Norma Internacional ISO 26000”

3ª Reunião Plenária, Lisboa/Portugal, 15 a 19 de maio de 2006: análise e revisão dos comentários e documentos provenientes dos resultados do encontro anterior. Decidiram-se ainda os temas que serão abordados pela futura ISO 26000: meio ambiente, direitos humanos, relações de trabalho, governança organizacional, práticas empresariais justas (*fair business practices*), envolvimento comunitário/desenvolvimento social e questões de consumidores.

4ª Reunião Plenária, Sidney/Austrália, 29 de janeiro a 2 de fevereiro de 2007: este foi o primeiro encontro no qual o número de participantes provenientes de países em desenvolvimento superou os de países desenvolvidos. Como resultados, este encontro também analisou os resultados do evento anterior além da busca pela ampliação da clareza dos procedimentos e processos desta norma e a incrementação na participação dos *stakeholders*.

5ª Reunião Plenária, Viena/Áustria, 5 à 9 de novembro de 2007: o texto da norma passou a ser trabalhado de forma integralizada e o documento passou para estágios superiores de elaboração.

6ª Reunião Plenária, Santiago/Chile, 1 a 5 de setembro de 2008: análise dos novos comentários surgidos entre este e o evento anterior e nova revisão sobre o texto da norma internacional.

A norma, que tinha um prazo inicial de finalização para 2008, será apresentada somente em setembro de 2010 devido a alguns problemas de desentendimento em relação a alguns aspectos entre os países membros. Os avanços obtidos para a construção da norma, assim como as características e expectativas que a mesma possui até o momento, serão apresentados nos itens a seguir,

5.3 – CARACTERÍSTICAS DA ISO 26000

Apesar das expectativas em torno da nova norma de Responsabilidade Social, muito já se pode apresentar e discutir a respeito de seus principais aspectos. A norma, em si, tem como objetivo “trazer as orientações necessárias para o processo de incorporação da responsabilidade social e ambiental às atividades de uma organização, além de indicações sobre os principais instrumentos, sistemas e entidades que, atualmente, tratam do tema, visando orientar as organizações de todos os tipos e tamanhos sobre os cuidados e princípios que devem seguidos por quem, um dia, deseja se tornar socialmente responsável.”²⁴

Em vista do reconhecimento prévio da complexidade no tratamento do assunto de RS (vide as medidas tomadas para o melhor trabalho nesta norma), a ISO 26000 busca estabelecer um entendimento comum (e aceito internacionalmente) sobre o que de fato significa responsabilidade social, a fim de que as iniciativas duvidosas sobre o assunto possam ser claramente resolvidas.

A ISO 26000 será, como visto acima, uma norma de diretrizes (conforme a orientação inicial do SAG) e não de especificações. Normas de diretrizes, diferente de uma especificação, não são passíveis de auditoria ou certificação. Elas tendem ainda a serem mais abrangentes, servindo como um guia para a implementação do sistema de gestão adequado às necessidades de cada organização.

²⁴ CREDIDIO, F. (2007)

Conforme decidido na 3ª Reunião Plenária, os temas centrais que regem o desenvolvimento na nova norma são os seguintes²⁵:

- Direitos Humanos: visa garantir os direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais, direitos fundamentais do trabalhador, resolução de conflitos, evitar a cumplicidade e a discriminação e cuidar dos grupos vulneráveis;

- Práticas trabalhistas: tratará do emprego e das relações de trabalho, condições e proteção social, diálogo social, saúde e segurança do trabalho, desenvolvimento humano dos trabalhadores. A abrangência do “trabalho” refere-se tanto ao emprego direto quanto ao terceirizado e ao trabalhador autônomo;

- Meio ambiente: uso sustentável dos recursos, combate e adaptação às mudanças climáticas (confirmando que as alterações no clima já impactam nossas vidas), proteção e restauração do ambiente natural, prevenção da poluição e os princípios da precaução, do ciclo de vida, da responsabilidade ambiental e do “poluidor-pagador” (ou ainda, chamado de usuário-pagador, tratando-se do agente que origina uma externalidade – não apenas a poluição como também o uso indiscriminado dos recursos, por exemplo – deve assumir os custos impostos aos outros agentes, produtores e/ou consumidores que sentirão os efeitos de sua ação);

- Práticas operacionais justas: compreende o combate à corrupção; envolvimento político responsável; concorrência e negociação justas; respeito aos direitos de propriedade; e promoção da RS na esfera de influência da organização.

- Questão dos consumidores: Visam às práticas justas de negócios, marketing e comunicação (com o máximo de transparência na divulgação de seu produto/serviço ao comprador); proteção, saúde e segurança do consumidor; consumo sustentável; serviço e suporte pós-fornecimento; privacidade e proteção de dados; educação e conscientização.

- Desenvolvimento e participação da comunidade: trata do envolvimento com a comunidade na busca de seu desenvolvimento e atuação conjunta nos negócios; investimento social (saúde, educação, moradias, dentre outras necessidades locais); desenvolvimento tecnológico; criação de empregos e geração de riqueza e renda.

- Governança organizacional: englobam aqui os processos e estruturas de tomada de decisão, delegação de poder e controle. Trata-se ainda das mudanças na cultura e valores da organização, quando se faz necessários para a internalização dos princípios de RS no dia a dia da instituição.

As diretrizes da ISO 26000 têm como objetivo buscar a amplitude na participação das diferentes entidades representantes da sociedade civil (empresas privadas, governo, terceiro setor, consumidores...), na esperança de que o discurso corporativo socialmente responsável e as verdadeiras práticas e políticas empresariais se tornem cada vez mais próximas e esclarecedoras.

Deve-se destacar ainda que, em todo o processo de construção da norma, a ISO criou um Grupo de Trabalho composto de *experts* que estivessem representando todas as “partes interessadas”. Em todos os encontros, cada delegação nacional recebia um convite para levar os seus *experts*. Em outras palavras, são seis especialistas que representam os seguintes *stakeholders*: empresários, trabalhadores, governos, consumidores, Organizações Não Governamental (ONGs) e, por fim, uma categoria genérica chamada “outros” (público acadêmico, consultoria, órgãos nacionais de

²⁵ Adaptado de “Brasil e a futura Norma Internacional 26000”

normalização, etc.). Os especialistas são indicados por órgãos nacionais de normalização e têm direito de voz e voto nas plenárias semestrais.

No Brasil, a responsabilidade pela indicação dos especialistas ficou a cargo da ABNT. A entidade convidou o DIEESE (Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos) para indicar um especialista que representasse a parte interessada “trabalhadores”. Representando as outras cinco categorias, temos: Consumidores – IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor); Empresas – Furnas que substituiu a Natura; Governo – Ministério da Ciência e Tecnologia; Outros (academia) – Fundação Vanzolini, da Universidade de São Paulo e ONGs – Instituto Akatu, substituto do Instituto Ecofuturo.

É por contar com o trabalho e a troca de experiências de diferentes especialistas que a nova norma também possui a característica de ser *multistakeholder*. O objetivo é que, através da padronização das diretrizes, todas as partes possam ser ouvidas e incluídas no processo.

A ISO 26000, por fim, define responsabilidade social como²⁶:

“A responsabilidade de uma organização pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, por meio de um comportamento ético e transparente que:

- Contribua para o desenvolvimento sustentável, inclusive a saúde e bem estar da sociedade;
 - Leve em consideração as expectativas dos *stakeholders*;
 - Esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com normas internacionais de comportamento;
 - Esteja integrada em toda a organização e seja praticada em seus relacionamentos;
- Nota 1: Atividades incluem produtos, serviços e processos.

Nota 2: Relacionamentos referem-se às atividades da organização dentro da sua esfera de influência.”

6- OS PRINCIPAIS DEBATES EM TORNO DA ISO 26000

É notável perceber os avanços obtidos tanto no entendimento (ainda que de diferentes maneiras, porém mais claro) quanto nas práticas de RS ao longo dos últimos anos. É diante disso que se espera que a criação de uma norma de diretrizes em Responsabilidade Social pela ISO 26000 possa internalizar práticas sustentáveis no dia a dia da sociedade como um todo, além de buscar uma maior interação entre os diferentes atores desta mesma sociedade (empresas, governo, terceiro setor, consumidores, trabalhadores, etc.).

Até aqui, discutimos a evolução da RS, bem como o processo de desenvolvimento da “futura norma”, até a sua publicação final que se encontra bem próxima. O que faremos a seguir é uma análise mais crítica sobre o assunto, apresentando os pontos positivos da ISO 26000, mas, também, mostrando algumas críticas e suas limitações (de aplicação e/ou escopo, por exemplo). São visões que partem tanto da visão autoral, quanto de uma revisão das opiniões expressas por diferentes especialistas no assunto.

²⁶ Ferroni, G, (2010)

Começaremos observando o caráter básico da ISO 26000, o processo de construção da norma e a criação de uma definição “global” de Responsabilidade social, que como já dissemos, é um grande desafio. Requer o consenso entre os mais de 155 países-membros da ISO. Isto significa trabalhar visões distintas de RS, vindas de países com cultura, história, costumes, política e sociedade (dentre outros aspectos) total ou parcialmente divergentes. Logo, se se almeja criar uma norma de aceitação global, todos os países devem ser ouvidos. Por outro lado, a busca por uma definição internacional de Responsabilidade Social pode facilitar a troca de experiências e práticas entre os participantes. Além do mais, esta definição contribuirá para diminuir o excesso de normas, padrões, metodologias e referências distintas que estão hoje no mercado a respeito de RS, que mais confundem do que geram eficácia. Assim, “um padrão internacional da ISO pode tornar-se um referencial único e integrador mundial das principais ferramentas de Responsabilidade Social, conforme defendem Ursini & Sekiguchi (2005).

6.1 – OUTROS BENEFÍCIOS DA ISO 26000

Uma característica que merece destaque na ISO 26000 é o fato de ter sido decidido que esta será uma norma de diretrizes (como já ressaltado), não sendo, portanto, uma norma de certificação. Independentemente de seu conteúdo (especificações ou diretrizes), a adoção de uma norma pode recorrer em custos. Em se tratando de uma norma de diretrizes, a ISO 26000 facilitará a adesão das pequenas e médias empresas (PMEs), e das ONGs e outras organizações do Terceiro Setor. Esta característica tende a enriquecer o público das organizações que utilizarão a norma, um dos grandes objetivos da 26000.

Um outro fator relevante para uma norma de diretrizes, como ressalta Mello (2006), é a quebra de paradigmas devido à grande mobilização para desenvolver uma norma que trata de um conjunto de recomendações. Ainda segundo a autora, isto “reflete um posicionamento de uma corrente que parte da premissa de que as organizações estarão mais interessadas na revisão de seus valores do que na obtenção de certificados adicionais”.

Para os países pobres ou de poucos recursos, a adoção de um padrão internacional de RS ajudaria a quebrar a visão preconcebida da comunidade internacional sobre os seus desafios internos (tais como, trabalho infantil, péssimas condições sanitárias, alto índice de pobreza, entre outros), que resultam em embargos e boicotes comerciais. Ao colocar em prática ações de RS aceitas no mundo todo, estes países poderão ganhar maior presença e visibilidade, além de melhor acesso ao comércio internacional.

Convém destacar ainda o esforço do grupo gestor em garantir a participação equilibrada entre os países, além da representação de todos os grupos de *stakeholders* envolvidos. E a participação de organismos multilaterais agregou credibilidade à norma: Organização das Nações Unidas (ONU), Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), além da parceria da ISO com a Organização Internacional do Trabalho (OIT), com a ressalva de que a ISO 26000 será complementar aos padrões internacionais da OIT.

6.2 – POSSÍVEIS LIMITAÇÕES DA ISO 26000

No que tange aos custos de adequação a uma norma, não podemos deixar de apontar suas limitações. Dependendo da análise custo-benefício, em especial das PMEs e ONGs, a adesão a ISO 26000 pode ser responsável por um aumento tão significativo nos custos de tal forma que, ao final do processo, obrigue essas organizações a transferirem esses repasses ao consumidor final. Caberá, portanto, uma análise individual por parte de cada organização no momento de avaliar se é “viável”, economicamente falando, adotar as práticas de RS.

Mesmo contrariando os princípios da ISO 26000, a adesão à norma também pode resultar, para algumas organizações, de razões puramente comerciais. Pressionadas pela crescente cobrança da sociedade civil e temendo perder seus clientes e consumidores, algumas empresas podem vir a adotar a nova norma com o fim único de manter uma boa imagem perante o público. Deixarão de lado, portanto, a oportunidade de criar um melhor ambiente de reflexão sobre seus valores, comportamentos (interno e externo, com todos os *stakeholders*) e, por fim, dos seus modelos atuais de gestão.

Outra questão, levantada por Ursini & Sekiguchi, (2005), mostra que, pela tendência história do caráter empresarial das certificações ISO e sua força de mercado, uma norma internacional de RS pode vir a reduzir a influência da aplicação de outros protocolos (como a OIT, o Pacto Global), e iniciativas já existentes (como a GRI), abrindo o campo para as grandes empresas de auditoria atuarem. Ainda segundo esses autores, caso no futuro esta norma se torne certificável, haverá muita dificuldade em se criar um padrão de auditoria neste caso, pois se trata de questões não mensuráveis e/ou intangíveis.

Um último aspecto que se caracteriza como limitante a ISO 26000 é a possível dificuldade de comprovar a adesão à norma. Como trata de diretrizes apenas, de que forma as organizações comprovarão que suas atividades estão de acordo com as especificações em RS recomendadas? Se não existe um formato de auditabilidade, espera-se que com a publicação da norma este aspecto esteja bem claro para os interessados. Caso contrário, esta barreira poderá gerar um desinteresse por parte das organizações em adotar a ISO 26000.

Finalizaremos este artigo fazendo uma comparação da ISO 26000 com a já estabelecida norma brasileira de RS.

7- ISO 26000 E NBR 16001: UMA BREVE COMPARAÇÃO.

Nossa última reflexão consistirá em uma breve análise comparativa entre as características da ISO 26000 e a NBR 16001 – a norma brasileira de responsabilidade social. Este esboço tem como objetivo indicar os pontos convergentes e divergentes entre as duas normas, a fim de entender em quais situações ela melhor se aplicaria, tentando elucidar os seus pontos específicos e diminuir possíveis confusões sobre o assunto.

A Associação Brasileira de Normas Técnicas, diante de importantes acontecimentos ocorridos na década de 90, decidiu criar em 2002 um Grupo Tarefa sobre Responsabilidade Social Corporativa (ABNT/GTRSC) que posteriormente passou a se chamar de Grupo Tarefa de Responsabilidade Organizacional (ABNT/GTRO), responsável pela disseminação de conceitos de Gestão da RS e suas ferramentas de

apoio no Brasil. Não por acaso, este foi o grupo que representou o Brasil na elaboração da ISO 26000. Em paralelo ao processo de desenvolvimento da 26000, a elaboração da norma brasileira de requisitos mínimos para um sistema de gestão da Responsabilidade Social (ABNT/NBR 16001) se finalizou em setembro de 2004.

A ABNT define a RS como a “relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando o desenvolvimento sustentável”. A partir desta definição podemos concluir que o foco da norma brasileira é a busca da transparência com os *stakeholders*, diferente da ISO 26000 que engloba esta característica mas, também, uma tentativa de mudança da cultura organizacional.

A NBR 16001 é uma norma de especificidades e, portanto, exige certificação; diferente da proposta da ISO 26000. A norma brasileira se baseia no mesmo sistema de gestão das ISOs 9001 e 14001 – o modelo PDCA (*plan, do, check, act*). Ela possui os requisitos necessários para que a organização saiba trabalhar com o seu público interno (colaboradores) além da busca pela relação ética com outros públicos, como governos, ONGs, sindicatos, comunidade, imprensa, entre outros. Apesar de seu caráter inovador, a norma ainda possui um perfil empresarial e é limitada quanto a agregar um público potencial que poderia adotar as suas especificações. Atender aos requisitos na norma brasileira não significa que a organização é socialmente responsável, mas, sim, que ela possui um sistema de gestão de Responsabilidade Social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo apresentar os pontos mais relevantes que serão abordados pela futura norma de Responsabilidade Social, além de fornecer argumentos para uma discussão a respeito de seu escopo e abrangência.

Esta nova concepção de RS, surgida no final do século XX, está sendo bastante difundida, decorrente dos avanços tecnológicos e na comunicação resultantes do fenômeno da globalização. As empresas sabem que devem mudar seu comportamento não só pela pressão da sociedade, como também para garantir a competitividade neste novo mercado.

A norma ISO 26000 pretende ser a grande referência sobre responsabilidade social em todo o mundo. É o primeiro documento sobre o assunto que apresenta um conteúdo amplo e foi construído com base no consenso entre diferentes representantes do mundo inteiro.

Não se pode negar que a criação de uma norma em RS – com aceitação mundial, devido à credibilidade da ISO – poderá facilitar a troca de experiência e o melhor entendimento da temática. Ademais, eliminará (no sentido positivo) procedimentos e interpretações diferenciadas de acordo com cada país.

Por outro lado, o que não pode acontecer é que tal definição ponha um ponto final no assunto. Em outras palavras, não se pode esperar que haja um “*that’s it*”. Responsabilidade Social é um conceito que está relacionado ao comportamento da sociedade, e por tal razão é dinâmico, e assim deve se manter.

Com a padronização do conceito, espera-se ainda diferenciar de vez a ação filantrópica da ação socialmente responsável. O Brasil, apesar de suas ações isoladas e mais focadas na filantropia, deu um grande passo no sentido da modernização, para o qual pesou o fato de liderar o processo de construção da nova norma.

Mesmo próximo de seu lançamento, algumas questões críticas levantadas anteriormente (por exemplo, se o processo de adesão à norma terá ou não um caráter empresarial como as suas “antecessoras”, as séries 9000 e 14000) ainda são válidas e espera-se também que muitas destas continuem em debate após a publicação da ISO 26000.

A interseção entre a Web 2.0 e a CS sem dúvida trará benefícios mútuos. A transparência nas ações de exigida passa a ser fomentada pelas empresas quando estas precisam ouvir os seus *stakeholders*. Estes se sentem mais seguros e importantes quanto ao seu papel na sociedade ao interagirem e fazerem parte do negócio da organização. A privacidade das empresas também sai fortalecida pela transparência, quando esta não deixa de enfrentar qualquer tipo de pressão interna ou externa.

Buscou-se apresentar esta nova visão em RS devido à importantes características em comum presentes na RSE 2.0 e na ISO 26000. As iniciativas *multistakeholder* se tornaram realidade com o advento da web 2.0, da mesma forma que este aspecto foi marcante na elaboração da futura norma de RS. Se a responsabilidade e sustentabilidade empresarial também se traduz na participação constante dos *stakeholders* no andamento dos negócios das organizações, a presença de todas as partes interessadas no processo de criação da nova norma foi um caráter inovador da ISO.

A responsabilidade social deve ser uma nova cultura de gestão empresarial em virtude dos desafios que envolvem o desenvolvimento sustentável. A instituição que pretenda seguir as diretrizes da norma terá que construir a RS a partir de sua própria mobilização interna. E é esta transformação social que podemos esperar nas próximas décadas.

BIBLIOGRAFIA

Boletim Brasileiro do Pacto Global. Ano 01 – Nº 1 – 2004.

CARTA DA TERRA – O Texto da Carta da Terra. Disponível em: <http://www.cartadaterrabrasil.org/prt/text.html>
Acesso em: 02/Maio/2009

Chelegon, Hamilton. “NBR 16001 ou ISO 26001 – Qual a tua empresa merece?”. Junho/2008. Artigo disponível em: www.webartigos.com/articles/7474/1/As-8000--NBR-16001-Ou-ISO-26000--Qual-A-Tua-Empresa-Merece/pagina1.html
Acesso em 24/03/2010.

Corrêa, Filipe; Medeiros, João R. Responsabilidade Social Corporativa para quem? – 2003 – Disponível em www.internethos.org.br

CREDIDIO, Fernando. “ISO 26000 - A norma internacional de responsabilidade social”. Revista Filantropia – OnLine, n. 91.

Fawkes, Piers. “CSR 2.0”. Maio, 2007. Artigo publicado em http://www.psfk.com/2007/05/csr_20.html Acesso em 22/01/2010.

FERRONI, Gustavo. “Norma ISO 26000 é aprovada para publicação em 2010”. Reportagem publicada em www.envolverde.com.br. Acesso em 28/02/2010.

FISCHER, Rosa M. e FALCONER, Andrés. Estratégias de empresas no Brasil: atuação social e voluntariado. Parceria entre o Programa Voluntários e CEATS-USP, SENAC-SP, GIFE e CIEE. São Paulo: 1999

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION – ISO. ISO/TMB/WG SR N 49, disponível em www.iso.org/sr. Acesso em 10/03/ 2010.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION – ISO. “Working Report on Social Responsibility”. ISO Advisory Group on Social Responsibility. Abril, 2004.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Ação social. Disponível em: www.ipea.gov.br/default.jsp. Acesso em 27/02/2010.

INSTITUTO ETHOS. Critérios Essenciais de Responsabilidade Social Empresarial e seus Mecanismos de Indução no Brasil. Jun.2006

INSTITUTO ETHOS. Instituto Ethos Reflexão – Os novos desafios da responsabilidade social empresarial. São Paulo: Instituto Ethos, ano 2, no. 5, jul.2001.

INSTITUTO ETHOS, INSTITUTO AKATU. “Práticas e Perspectivas da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil”. Sumário de Pesquisa. 2008.

ISO 26000 Norma Internacional de Responsabilidade Social. Novo site do Instituto Ethos sobre a norma ISO 26000. Disponível em www.ethos.org.br/iso26000

Lourenço, Alex; Schröder, Débora. Vale investir em Responsabilidade Social Empresarial? - 2003 – Disponível em www.ethos.org.br

Mello, Cristiana M. “ISO 26000: Uma análise da elaboração da norma internacional de responsabilidade social”. Dissertação de Mestrado. 2006

QUEIROZ, Adele. “A responsabilidade social das empresas no Brasil: um estudo sobre indicadores”. Resenha. Out/2000.

SCHERER, Andreas. “Globalization and Corporate Social Responsibility”. The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. Oxford University. 2008

URSINI, Tarsila, SEKIGUCHI, Celso. “Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social: rumo à terceira geração de normas ISSO”. Inovação: Inovação e Responsabilidade Social, São Paulo, Instituto Uniemp, v.2.

Visser, Wayne. “*The Evolution and Revolution of Corporate Social Responsibility*”. CSR Paper Series. CSR International. 2010

www.csrinternational.org Website da CSR INTERNATIONAL:.

www.forumsocialmundial.org.br/ Website do Fórum Social Mundial.
Acesso em 24/03/2010.

www.ipea.gov.br/acaosocial Busca de maiores informações sobre o resultado desta pesquisa “Ação Social”. Acesso em 24/03/2010.

www.planetasustentavel.abril.com.br Site da Editora Abril dedicado ao assunto.