A EMPRESA NA ERA PÓS-MODERNA: UMA IDENTIDADE EMPRESARIAL SOCIAL

LA EMPRESA EN LA ERA POST-MODERNA: UNA IDENTIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Ana Célia Querino[1]

Resumo: Sendo a modernidade marcada por fundamentos orientados pelos ditames do capitalismo, tem-se, neste momento de transição paradigmático, o que para alguns teóricos se apresenta como o anúncio da pós-modernidade. Esta nova fase das sociedades contemporâneas estaria se calcando em ideias que consagram os direitos e interesses do todo coletivo. Nessa nova visão, considera-se a empresa como segmento orientador de ações voltadas à cidadania, bem como em atitudes e posturas que expressam um novo posicionamento social, dignificando os interesses do bem comum, em consagração e resgate de valores éticos, humanos e morais, ligados à solidariedade social. Daí se tece uma concepção de empresa como portadora de referenciada identidade empresarial social, quando assim se orienta em suas atividades.

Palavras chave: Responsabilidade social. Identidade empresarial social. Solidariedade social.

Resumen: Siendo la modernidad marcada por fundamentos impulsados por los dictados del capitalismo, existe, en este entonces la transición del paradigma, lo que para algunos teóricos se presenta como el anuncio de la post-modernidad. Esta nueva fase de las sociedades contemporaneas basándose en ideas que establecen los derechos y los intereses de todo el colectivo. En esta nueva visión, la empresa es considerada como seguimiento orientador de acciones dirigidas a la ciudadanía, así como en atitudes y posturas que expresan un nuevo posicionamento social, dignificando a los intereses del bien común, en consagración y rescate de valores éticos, humanos y morales, vinculados a la solidaridad social. Por lo tanto, se teje una concepción de empresa como portadora de referenciada identidad empresarial social, cuando así se orienta en sus actividades.

Palabras clave: Responsabilidad social. Identidad empresarial social. Solidaridad social.

---

[1] Mestranda em Direitos Coletivos e Cidadania, pela UNAERP – Universidade de Ribeirão Preto/SP.

A era moderna deixa um lastro de muitas frustrações, decorrentes da impossibilidade de promoção de bem comum em tantas áreas voltadas à coletividade, o que não se verificou, diante da precariedade do Estado em oferecer respostas satisfatórias a muitos dos problemas atuais, surgidos e agravados em grande parte pelo não previsto crescimento populacional desordenado, que se revela incontrolável nos últimos tempos, com o agravamento das desigualdades e dificuldades na distribuição de renda, bens e serviços, especialmente no que se refere às competências estatais. Não se pode deixar de reconhecer que esses fatores estão associados à acelerada globalização, o que contribuiu para a corrosão das estruturas de coesão interna das sociedades contemporâneas.

Como produto final desta era, tem-se a crescente exclusão social, ao que Hespanha (2002) reconhece como "lamentável momento da história moderna", com a acentuação das desigualdades, crescente marginalização e gradual destruição das solidariedades sociais.

Neste cenário, apresenta-se um novo seguimento empresarial modificado em sua essência e concepção, como opção viável, lançando-se como ator operante na distribuição e exercício de cidadania, como motor de tentativa de trabalho em movimento contrário à assoladora onda de destruição e "desconsagração" de valores humanos, éticos e sociais.

Como resultado de uma releitura do seu papel em sociedade, surge uma nova interpretação da empresa, situando-a em sua finalidade social, como ente que concebe uma consciência e missão de atuação em sociedade, na luta em um significativo combate dos efeitos dessa segmentação e individualização da vida social, que marcam "a era do individualismo". Com o esvaziamento da modernidade, vislumbra-se o limiar de uma nova fase, ou seja, a transição para a era pós-moderna.

Para as sociedades contemporâneas, o momento de transição, da era moderna para a era pós-moderna, decorre da constatação acerca da necessidade de uma reestruturação das sociedades, iniciando-se por um novo pensamento que leve a uma emancipação social, tanto em nível de organização das sociedades como do resgate de seus valores perdidos, não mais orientados somente pelos intuitos do capitalismo, ao que SANTOS (1999, p. 76) sintetiza: "O paradigma cultural da modernidade constitui-se antes de o modo de produção capitalista se ter tornado dominante e extinguir-se-á antes de este último deixar de ser dominante."

A era pós-moderna aponta percepções no sentido do reconhecimento dos interesse do todo, do coletivo, em que cada um é que parte importante desse todo, formando o mosaico

social, somente se vislumbrando reais avanços sociais e pessoais, quando no combate ao isolamento e ao egoísmo. Nessa ordem, somente se caminha rumo a conquistas e progressos sociais os segmentos comprometidos com o todo, aflorando a mentalidade de que somente o respeito e consideração ao coletivo é capaz de promover o sucesso empresarial e a emancipação social. A sociedade encontra-se, pois, no limiar da era da consagração ao coletivo, na era dos direitos sociais.

Nesta visão, a empresa cidadã se enquadra como segmento agregador de uma mentalidade que comporta uma expressiva responsabilidade social como parte importante de sua identidade empresarial, viabilizando o bem comum, no reconhecimento ao direito ao trabalho, direito ao gozo de condições de trabalho equitativas e satisfatórias, etc., em reconhecimento às ideias do que já fora anunciado, em plano internacional, no Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (LEAL, 2008).

De acordo com os ideais da era pós-moderna, a tendência mundial é de que se caminhe mais e mais, numa acepção sociológica, do que venha a ser a empresa ideal. Parte-se do pressuposto primeiro de uma produção não agressiva ao meio ambiente, às culturas e ao bem comum, bem como tendo como marcante diferencial a contribuição ao bem social. A responsabilidade social em sentido amplo e profundo não induziria apenas à forçosa e mecânica obediência a normas de fabricação de produtos dentro de padrões ambientais. Não. Essa concepção demasiado simplista não expressaria o sentido de verdadeira identidade social empresarial, que traz em seu bojo internalizada a forte marca de mentalidade voltada para o que se chamará de “solidariedade social empresarial”.

Nessa colocação mais audaciosa e humanística, dir-se-ia que a “responsabilidade social” poderia implicar efetivamente em um novo termo, de acordo com os princípios orientados no sentido da instituição da nova era, a era pós-moderna: o conceito de “solidariedade social”.

Um dos desdobramentos do entendimento do que viria a ser solidariedade social se revelaria como uma resposta do segmento empresarial social, na promoção, obviamente dentro de seus limites, de qualidade de vida social, possibilidades estas muito bem concretizáveis, tanto em área social, educacional, de formação geral, ambiental, etc., bem como na emanação de orientações para a cidadania, tudo dentro de suas capacidades e sem se comprometer economicamente, apenas e tão somente via de agregação de valores e junção de pessoal voluntariado, através de ações sociais.

A responsabilidade empresarial social também implicaria na concepção de sua missão e papel (da empresa) como agente transformador da sociedade e promovedor de cidadania.

O mundo contemporâneo, com o advento das ideias da pós-modernidade, se mostra como um ambiente propício ao cultivar de conceitos desta natureza, com a latente necessidade do resgate de posturas éticas e cidadãs, pelo que se tem a empresa cidadã marcantemente portadora de uma singular identidade social como aquela atenta a sugestões de conduta que observem esta ordem, desenvolvendo traços voltados para os objetivos altruístas e não somente para os construídos sob os imperiosos critérios ditados pelo capital, saindo a empresa do campo exclusivamente da economia e passando a integrar o campo da sociedade.

Esse segmento empresarial reformulado traz em seu cerne o germe da boa e nova empresarialidade, com potencial de construção e desenvolvimento de forte identidade voltada a práticas sociais que revertem tanto em seu benefício como no bem comum, na afirmação de um conceito de repercussão positiva.

A empresa cidadã com identidade empresarial social conduz com maestria suas atividades, no cumprimento de suas obrigações, não somente contratuais e extracontratuais, mas, sobretudo morais e sociais, que ela a si mesma se impõe, como um ser individual de caráter expressivo agrega a si mesmo ações cheias de conteúdo nobre e altruísta.

Esse conjunto de ações e mentalidade, que pautam condutas éticas e humanas integra o balanço social da empresa com identidade empresarial social como o seu patrimônio de maior teor axiológico, como contribuidora na ordem social, e com isso, com os objetivos do estado democrático.

Referências bibliográficas:

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Elsevier, Rio de Janeiro, 2004.

HESPANHA, Pedro. **Individualização, fragmentação e risco social nas sociedades globalizadas.** Revista Crítica de Ciências Sociais, n. 63, 2002.

LEAL, Rogério Gesta. **Esfera Pública e Participação Social**. Revista Eletrônica sobre a Reforma do Estado, n. 13, Salvador, 2008.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela mão de Alice.** O social e o político na pós-modernidade. São Paulo: Cortez, 1999.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Poderá o direito ser emancipatório?** Revista Crítica de ciências sociais, n. 65, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social.** São Paulo: Boitempo, 2007.

SIMÃO FILHO, Adalberto. **A nova empresarialidade**. Revista da Faculdade de Direito FMU, a. 17, nº 25, 2003.