

Proposta de uma sistemática para integração entre o valor humano e responsabilidade social: uma contribuição para a compreensão da formação do comportamento socialmente responsável

JOSEANE PONTES

Universidade Federal de Santa Catarina

KATIA ABBAS

Universidade Federal de Santa Catarina

OSMAR POSSAMAI

Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo: O objetivo deste documento é mostrar as relações causais entre os valores humanos e as características da responsabilidade social. Através da ferramenta enlace causal será possível avaliar a influência e o impacto dos valores humanos para a formação do comportamento socialmente responsável. Este estudo será fundamentado na teoria pertinente aos valores humanos, mapas causais, mais especificamente os enlances causais e ainda o estudo das características da responsabilidade social. Para alcançar este objetivo será proposta uma metodologia que contemplará a ferramenta enlace causal. Através deste estudo busca-se traçar os valores humanos que mais influenciam o comportamento socialmente responsável e com isso, colaborar com a análise sobre o estudo da formação das características da responsabilidade social.

Palavras-chave: Valores. Responsabilidade social. Enlace causal.

Proposal of the systematic to integration of the human value and social responsibility: a contribution to understanding the formation of socially responsible behavior

Abstract: The aim of this paper is to show the causal relationships between human values and characteristics of social responsibility. Through the tool causal link will be possible to evaluate the influence and impact of human values for the formation of socially responsible behavior. This study will be based on the theory relevant to human values, causal maps, specifically the causal links and the study of the characteristics of social responsibility. To achieve this goal will be proposed a methodology that the tool will causal link. This study seeks to draw the human values that influence the behavior more socially responsible and with it, work with the analysis on the study of the formation of the characteristics of social responsibility.

Key words: Values. Social responsibility. Causal link.

INTRODUÇÃO

O objetivo deste documento é apresentar a relação existente entre os valores humanos e as características da responsabilidade social, no intuito de verificar os valores de maior influência e comportamento socialmente responsável e, com isso colaborar para a análise da responsabilidade social empresarial. Este trabalho ater-se-á aos valores em função de ser um dos aspectos que mais contribuem para o desenvolvimento das características pertinentes a responsabilidade social. Além disso, o valor é considerado a característica que conduz o comportamento humano em qualquer processo decisório (PEREIRA, 2001).

Neste trabalho será explanado de forma sucinta o conceito de valor, bem como sua relação com a personalidade e ainda os principais tipos de valores inculcados nos homens. As características da responsabilidade social, representadas por alguns conceitos, serão relatadas também de forma sucinta no intuito de esclarecer sua formação. Para atingir o objetivo do documento será proposta uma metodologia que será descrita posteriormente ao embasamento teórico.

OS VALORES HUMANOS

Os valores, ao longo da história da humanidade, têm sido tratados sob diferentes óticas filosóficas, antropológicas, psicológicas e sociológicas no que se refere a sua definição, constituição e realidade. No entanto, sabe-se que a relação dos valores com a personalidade humana é analisada pela psicologia.

Valores, segundo Maximiano (2005), são julgamentos a respeito do que é desejável e indesejável e oferecem justificativas para as decisões. Schwartz e Bilsky (1995) afirmam que valores são critérios que ultrapassam os limites de uma única situação que são ordenados pela sua importância e servem como princípios que guiam a vida de cada indivíduo e determinam os seus comportamentos nas diferentes situações vivenciadas por ele.

De uma forma complementar, Empinotti (1994) esclarece que os valores são entendidos como um conjunto de crenças, preferências, aversões, predisposições internas e julgamentos que caracterizam a visão de mundo de um indivíduo. Os valores constituem-se num dos aspectos que mais contribuem para o desenvolvimento das características individuais.

Sendo assim, busca-se tornar possível dentro deste trabalho, o entendimento de quais os valores que influenciam nas características da responsabilidade social nas empresas.

Segundo Melo Neto e Froes (1999), o comportamento socialmente responsável pressupõe certos valores precedentes que incentiva na busca pela ética e moral.

Segundo Schwartz e Bilsky (1995) os valores apresentam uma hierarquia de importância para os indivíduos e, desta forma orientam sua vida, determinando sua forma de pensar, agir e sentir.

Vasquez (1987) sistematiza um grupo de valores humanos, formado por valores físicos, intelectuais, morais e religiosos. Tais valores formam o sistema que abrange o ser humano, porém segundo o referido autor os valores morais e espirituais sobrepõem-se aos físicos e intelectuais, uma vez que são os valores espirituais que formam o senso moral do homem.

Já Empinotti (1994) relaciona outros valores como formadores da personalidade humana. São eles: valores existenciais, valores estéticos, valores morais, valores religiosos e valores intelectuais.

Em 1987, Schwartz e Bilsky fizeram uma pesquisa onde criaram uma tipologia universal de valores baseada na literatura sobre as necessidades básicas das pessoas, e em 1992 tal estudo foi reformulado sendo identificados 56 valores classificados em 10 tipos motivacionais universais. São eles: poder, auto-realização, hedonismo, estimulação, autodeterminação, filantropia (universalismo), benevolência, tradição, conformismo e segurança (SCHWARTZ; BILSKY, 1987; TAMAYO; SCHWARTZ, 1994). Dentre os valores citados, a autodeterminação, estimulação, hedonismo, realização e poder social servem a interesses individuais, já a benevolência, tradição e conformidade servem a interesses coletivos. Por outro lado, os valores segurança e universalismo servem a interesses individuais e coletivos. A seguir serão demonstradas as características da responsabilidade social.

AS CARACTERÍSTICAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Tomei (1984) caracteriza a responsabilidade social como um ato de ação coletiva, que reflete a ação cívica da empresa como um todo em prol da cidadania e do desenvolvimento sustentável. Para Ferrel e Ferrel (2001, p. 07), responsabilidade social “é a obrigação que a empresa assume com a sociedade. Ser socialmente responsável implica maximizar os efeitos positivos sobre a sociedade e minimizar os negativos”.

Partindo de um conceito mais amplo, Henderson (2001) e Zairi (2002) caracterizam a responsabilidade social como uma ação que implica na adoção de objetivos mais amplos, através de criatividade, inovação, análise de riscos e procedimentos mais complexos e níveis mais exatos de investimentos em ações em prol da comunidade. Já Birch (2003), sugere que as empresas socialmente responsáveis são constituídas de decisões que devem ser parte integrante de todas as operações e políticas do negócio, incluindo a orientação para os lucros.

Da mesma forma que Birch (2003), Costa e Viconti (2000) diagnosticam algumas características pertinentes ao conceito de responsabilidade social das empresas, como não se restringir somente aos resultados e decisões alcançados pelos sócios e acionistas, e sim abranger os impactos das atividades da empresa, considerando todos os agentes sociais que interagem com a mesma (*stakeholders*). Este processo responsável envolve decisões de longo prazo.

O conceito de responsabilidade social, portanto, vai além também dos compromissos compulsórios da empresa, uma vez que expressa a inserção de valores, condutas e procedimentos através de necessidade de realização que induzem à melhoria de vida dos funcionários e seus familiares e ainda o desenvolvimento social da comunidade local, regional e nacional, a fim de atingir sustentabilidade dos negócios.

O item a seguir, trará uma breve descrição do diagrama de enlace causal, que será utilizado para ilustrar a relação entre os valores humanos e as características da responsabilidade social.

DIAGRAMA DE ENLACE CAUSAL

O foco principal da dinâmica de sistemas, que surgiu no final da década de 50, busca compreender o comportamento de sistemas complexos compostos por enlaces de *feedback* ao longo do tempo. Para esta compreensão, utiliza-se principalmente dois tipos de diagramas: os diagramas de enlace causal (*causal-loop diagram*) também denominados mapas sistêmicos, diagramas causais, diagramas de influência, diagramas de *feedback* ou diagrama de *loop* e os diagramas de fluxo (*flow diagram*) (GOODMAN, 1989; PIDD, 1992).

O diagrama de enlace causal é enfatizado pela simplicidade de representação do comportamento de um sistema, através do mapeamento dos seus elementos formadores e dos relacionamentos entre eles, é uma estrutura gráfica usada para identificar e representar enlaces de *feedback*.

De natureza qualitativa apresentam ordenadamente as variáveis do modelo e, principalmente, as relações de causa e efeito entre elas. Através do mapeamento dos elementos formadores do sistema e de seus relacionamentos, permitem compreender os padrões de comportamento do sistema, visualizando como seus elementos interagem e influenciam o todo.

Senge et al (2000) referindo-se ao assunto, dizem que: para a criação de diagramas de enlace causal, a partir de qualquer elemento de uma situação (ou “variável”) é possível traçar setas (“conexões”) que representam a influência sobre outros elementos. Estas conexões sempre compreendem um círculo de causalidade, isto é, um “enlace” de realimentação, onde todo elemento é tanto causa

quanto efeito. Neste sentido, cada elemento pode influenciar e também ser influenciado por outros.

A figura 1 ilustra um exemplo de diagrama de enlace causal para relação entre os valores humanos e as características da responsabilidade social.

No exemplo, conforme figura 1, um aumento no otimismo gera um aumento na iniciativa, que por sua vez acarreta um aumento na auto-realização e este provoca um aumento no otimismo – logo um *feedback* positivo (+). O mesmo aumento no otimismo gera um aumento na iniciativa, que por sua vez acarreta um aumento na auto-realização que tem como consequência direta um aumento no poder e este, provoca um aumento no otimismo – também, neste caso, *feedback* positivo (+).

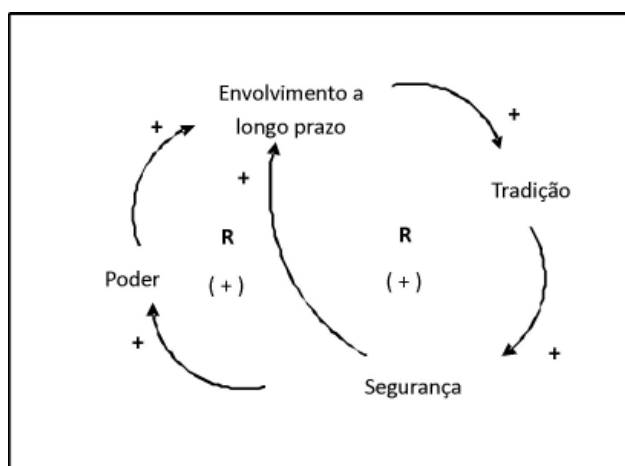


Figura 1 - Exemplo de diagrama de enlace causal para valores humanos e as características da responsabilidade social (elaborado pelos autores)

A seguir será proposta uma sistemática de integração entre os valores humanos e a responsabilidade social.

MODELO DE RELAÇÃO ENTRE VALORES HUMANOS E AS CARACTERÍSTICAS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para atender ao objetivo do trabalho, propõe-se o desenvolvimento de uma sistemática que permita relacionar os valores humanos e as características da responsabilidade social. Sugere-se, para isto, estabelecer a relação causal, conforme descrito anteriormente. A seguir, apresenta-se uma descrição detalhada de cada etapa, com vistas a melhor compreensão de seu funcionamento.

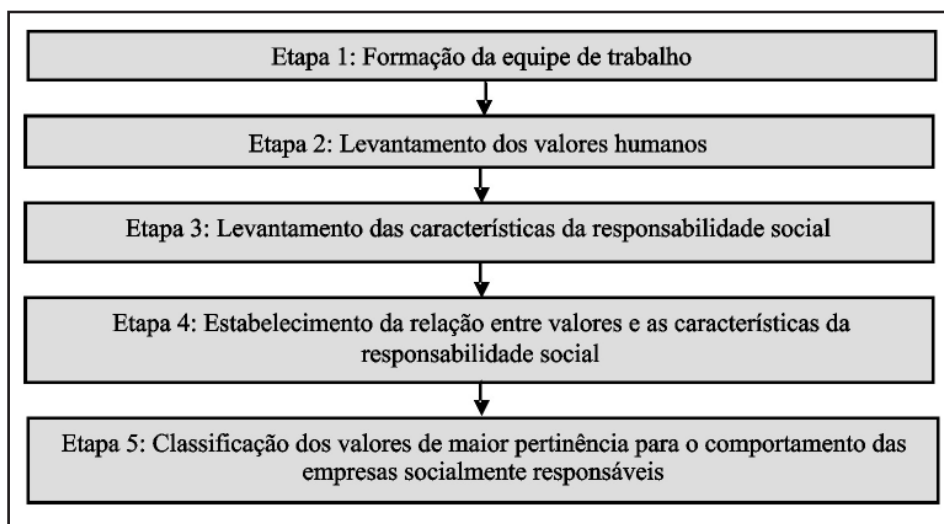


Figura 2 – Fluxo das etapas (elaborado pelos autores)

Etapa 1 – Formação da equipe de trabalho. Nesta etapa será formada uma equipe seletiva de pessoas capacitadas que será responsável por todas as etapas seguintes.

Etapa 2 - Levantamento dos Valores Humanos. Nesta etapa será realizado o levantamento dos valores humanos. Para traçar os valores pertinentes a responsabilidade social, a equipe de trabalho fará uma entrevista com os gestores da empresa. Na Figura 3 estão os itens do formulário. Na primeira coluna estão os valores, baseados na pesquisa de Schwartz e Bilsky (1987), citados no item 2 deste artigo (os valores humanos e da responsabilidade social) sendo que os entrevistados terão que expressar sua opinião dizendo possuir ou não determinado valor (colunas 2 e 3), ou seja, responder quais valores humanos lhes são pertinentes.

Valores Humanos	Sim	Não
Poder		
Auto-realização		
Hedonismo		
Estimulação		
Autodeterminação		
Filantropia		
Benevolência		
Tradição		
Conformismo		
Segurança		

Figura 3 – Formulário para levantamento dos valores humanos (adaptado de TAMAYO; SCHWARTZ, 1994)

Etapa 3: Levantamento das Características da Responsabilidade Social. Após a consecução do levantamento dos valores humanos, será realizado o levantamento das caracte-

terísticas da responsabilidade social da empresa. Novamente, a equipe de trabalho fará uma entrevista com os gestores da empresa. Na Figura 4 estão os itens do formulário. Na primeira coluna estão as características baseadas na teoria sobre responsabilidade social citados no item 3 deste trabalho, sendo que os entrevistados terão que expressar sua opinião quanto a possuir ou não determinada característica (colunas 2 e 3), ou seja, responder quais características lhes são pertinentes.

Características da Responsabilidade Social	Sim	Não
Inovação		
Liderança		
Análise de Riscos		
Independência		
Criatividade		
Autoconfiança		
Orientação para Lucros		
Iniciativa/Originalidade		
Otimismo		
Flexibilidade		
Habilidade para conduzir situações		
Necessidade de realização		
Envolvimento a longo prazo		
Capacidade de Aprendizagem		
Comprometimento		
Planejamento		
Habilidade para conduzir situações		
Possuir Redes de Contato		
Criar Valor para a Sociedade		

Figura 4 – Formulário para levantamento das características da responsabilidade social (elaborado pelos autores)

Etapa 4: Estabelecimento de Relação entre Valor e Características da Responsabilidade Social. Nesta etapa serão relacionados os valores estabelecidos na Etapa 2 e as características da responsabilidade social definidas na Etapa 3. A Tabela 1 apresenta os valores ($V_1, V_2, V_3, V_4, V_5, V_6, V_7, V_8, V_9, V_{10}$) e as características da responsabilidade social ($C_1, C_2, C_3, C_4, C_5, C_6, C_7, C_8, C_n$). Para determinar se há relação entre os valores e as características da responsabilidade social, a equipe pode fazer uso da seguinte pergunta:

A característica C_1 exerce influência no valor V_1, V_2, V_n , e assim sucessivamente? Se a resposta for negativa não há influência, porém, caso a resposta seja positiva, marca-se um X no quadro correspondente. Para melhor ilustrar a situação exposta pela tabela de relação entre o valor e as características da responsabilidade social, será construído o diagrama de enlace causal, conforme exemplo da Figura 5. Através do enlace causal, a relação entre os valores humanos e as características da responsabilidade social poderá ser verificada de forma mais clara e objetiva.

Valores (causas)	Características (efeitos)										S de pesos ("causas")
	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	
V_1											
V_2											
V_3											
V_4											
V_5											
V_6											
V_7											
V_8											
V_9											
V_{10}											

Tabela 1 – Relação entre valores humanos e as características da responsabilidade social (elaborado pelos autores)

A Figura 5 apresenta um exemplo de enlace causal apenas para os valores que tiverem relação com as características da responsabilidade social e vice-versa.

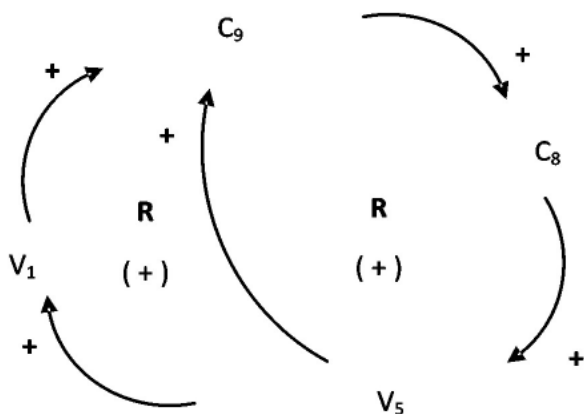


Figura 5- Exemplo de diagrama de enlace causal para valores humanos e as características da responsabilidade social

Etapa 5: Classificação dos Valores de maior Pertinência à Responsabilidade Social. Nesta etapa será realizada a classificação dos valores pertinentes à responsabilidade social. Definidos os valores na Tabela 1, pode-se utilizar uma escala *Likert* para definir o grau de influência destes em relação à responsabilidade social. Criada por Rensis Likert em 1932, os gestores da empresa, que serão os respondentes, são solicitados não só a concordarem ou discordarem das afirmações, mas também a informarem qual o seu grau de

concordância/discordância. A cada célula de resposta é atribuído um número que reflete a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação. A pontuação total da atitude de cada respondente é dada pela somatória das pontuações obtidas para cada afirmação (MATTAR, 2001). Para isso, será necessário traçar uma escala de pesos para a responsabilidade social, conforme descrito a seguir.

A resposta dos gestores a cada item é indicada através de três possibilidades e, efetuando-se a conversão, a hierarquização dos valores em relação às características da responsabilidade social, utilizar-se-á a seguinte escala de importância:

- peso 5: forte influência
- peso 3: média influência
- peso 1: fraca influência

Para cada X marcado anteriormente (Tabela 1) deverá ser questionado: V_1 exerce forte, média ou fraca influência sobre a C_1, C_2, C_n , e assim sucessivamente. Os espaços com pesos maiores se referem ao perfil socialmente responsável mais alto.

Logo, os valores (causas) pertinentes aos espaços preenchidos com números mais altos serão considerados de maior influência diante ao comportamento característico da responsabilidade social. Com isso, é apresentada a relação existente entre os valores humanos e sociais e as características da responsabilidade social, no intuito de verificar os valores de maior influência nas características do comportamento socialmente responsável.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O perfil socialmente responsável das empresas é constituído por características humanas específicas às pessoas que possuem o comportamento socialmente responsável. Tais características são estudadas pela psicologia, filosofia e demais áreas que conceituam a responsabilidade social. Observou-se no decorrer do trabalho, que tais características relacionadas aos valores humanos pertinentes ao

comportamento socialmente responsável são consideradas critério-chave para a tomada de decisão em empresas socialmente responsáveis.

Este trabalho propôs examinar os valores como fator para o comportamento socialmente responsável, considerando as características da responsabilidade social. Através do diagrama de enlace causal procurou-se abordar uma forma de identificar os valores que mais se destacam na característica do comportamento socialmente responsável, através da relação de causa e efeito entre valores humanos (V) e características da responsabilidade social (C), permitindo assim priorizar os valores prioritários à responsabilidade social. Esta relação buscou auxiliar na compreensão do comportamento empresarial socialmente responsável.

Com isso, o presente trabalho buscou contribuir através da explanação da relação entre os valores e as características da responsabilidade social no intuito de evidenciar a importância de valores humanos específicos para a formação do comportamento socialmente responsável e desta forma colaborar com a análise da responsabilidade social empresarial.

REFERÊNCIAS

- BIRCH, D. Corporate Social Responsibility: some key theoretical issue and concepts for new ways of doing business. **Journal of Business Ideas and Trends**, p. 1-19, 2003. Disponível em: <http://www.cecc.com.au/programs/resource_manager/accounts/jnbit/Issue1_Paper_1.pdf>. Acesso em jun.2006.
- COSTA, C B; E VICONTI, GR. **Empresas, responsabilidade corporativa e investimento social: uma abordagem introdutória**. Relato Setorial n.2 BNDS/AS/GESET, 2000.
- EMPINOTTI, M. **Os valores a serviço da pessoa humana**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 1994.
- FERREL, O; FERREL, L. **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. Trad. Cecília Arruda. 4 ed. São Paulo: Richmann & Affonso, 2001.
- GOODMAN, M. R. **Study notes in system dynamics**. Portland: Productivity Press, 1989.
- HENDERSON, D. **Misguid Virtue: false notions of corporate social responsibility**. New Zealand: New Zealand Business Roundtable, 2001.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MAXIMIANO, A. C. **Além da hierarquia: como implantar estratégias participativas para administrar a empresa enxuta**. São Paulo: Atlas, 2005.
- MELO NETO, F; FROES, C. **Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro. Qualitymark, 1999.
- PEREIRA, S. M. **A Formação do empreendedor**. Tese de Doutorado do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. UFSC, 2001.
- PIDD, M. **Computer simulation in management science**. Chichester: John Wiley & Sons, 1992.
- SCHWARTZ, S. H.; BILSKI, W. **Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural Psychology**, 26, p. 92-116, 1995.
- SENGE, P.; KLEINER, A.; ROBERTS, C.; ROSS, R. B.; SMITH, B. J. **A quinta disciplina: caderno de campo: estratégias e ferramentas para construir uma organização que aprende**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- TAMAYO, A.; SCHWARTZ, S.H. Estrutura motivacional dos valores humanos. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, 9, p. 329-348, 1994.
- TOMEI, P. Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa da opinião do empresariado nacional. **Revista de Administração de Empresas**. v. 24, n.4, out./nov., p. 189-202, 1984.
- VASQUEZ, A S. **Ética**. 10. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1987.
- ZAIRI, M; Peters, J. The impact of social responsibility on business performance. **Managerial Auditing Journal**, v. 17, n. 4, p. 174-178, 2002.

Artigo recebido em 23/05/2008.

Aceito para publicação em 15/12/2008.