

UMA ANÁLISE DOS DISCURSOS SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS STAKEHOLDERS DE UMA ORGANIZAÇÃO PRODUTORA DE MELÃO NO AGROPÓLO ASSÚ/MOSSORÓ

Rosa Adeyse Silva¹
Arrilton Carlos de Brito Filho²
Ana Beatriz Bernardes Oliveira³
Raphaela Cristina Andrade de Araújo⁴
Elisabete Stradiotto Siqueira⁵

RESUMO

Esse estudo tem como objetivo geral analisar das diferenças dos discursos sobre responsabilidade social dos *stakeholders* em uma organização do setor fruticultor no agropólo Assú/Mossoró. Já os objetivos secundários visam: i) identificar as ações de responsabilidade social da empresa; ii) verificar quais agentes estão envolvidos nas práticas de responsabilidade social, e; iii) analisar se ações desenvolvidas pela organização tem um caráter de reversão das externalidades negativas ou são filantrópicas. No que se refere aos métodos, a pesquisa apresenta uma abordagem qualitativa, trata-se de um estudo de caso, quanto aos meios, e no que tange aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva. A entrevista semiestruturada foi utilizada para coleta de dados e os sujeitos pesquisados foram os *stakeholders* que interagem com o processo de gestão da organização estudada. Os dados analisados revelaram que na organização produtora de melão, os agentes ouvidos trazem consigo um bom entendimento dos aspectos de responsabilidade social, mesmo aqueles que têm suas atividades mais voltadas para a lida braçal (campo e packing house). Não foram identificadas contradições nos discursos dos stakeholders, a diferença no discurso limita-se a profundidade que conhecem as ações sociais da empresa. Ademais, na fala dos entrevistados é possível identificar que as ações de responsabilidade social assumem mais um caráter filantrópico do que de reversão, contudo, esses discursos se diferem entre os entrevistados das atividades meio e fim. Por fim, entende-se que pelo fato de tratar-se de uma empresa exportadora, já à obriga a assumir algumas políticas de responsabilidade social.

Palavras-Chaves: Responsabilidade social. Stakeholders. Melão.

¹ Bacharelada em Administração pela Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA e bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC/CNPq.

² Mestre em Ambiente, Tecnologia e Sociedade e Bacharel em Administração pela Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA.

³ Bacharel em Administração pela Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA.

⁴ Bacharel em Administração pela Universidade Potiguar - UnP. Gestora Ambiental pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – IFRN, e pós-graduanda em Educação Ambiental pela Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA.

⁵ Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica - PUC/SP, e Professora adjunta da Universidade Federal Rural do Semi-Árido - UFERSA.

1 INTRODUÇÃO

O processo de desenvolvimento e gerenciamento das organizações produtivas tem sido orientado pela lógica da racionalidade instrumental, que de acordo com Serva (1997) busca o sucesso despreendido da ética, apenas pautado pelo cálculo utilitário e no êxito econômico, ocasionando degradação do meio ambiente e da qualidade de vida dos indivíduos.

Por outro lado, Guerreiro Ramos (1989) propõe a racionalidade substantiva que tem a ética como guia da vida social. Essa racionalidade tem um amplo espectro, apoiada no pensamento aristotélico, transcende à estreita relação entre razão e cálculo, possibilitando aos indivíduos a busca pela autorealização e satisfação social, por meio do debate racional e do julgamento ético valorativo das ações.

É neste contexto de contradições produzidas pelo sistema econômico e social que se constrói o conceito de responsabilidade social. Para reverter tal situação, teóricos e empresários passam a discutir uma possibilidade de minimizar as contradições entre organizações e sociedade.

Para Soares (2008) a ideia de responsabilidade social tem como propósito basilar que a empresa possa retribuir a sociedade pelo uso de seus recursos e colaboração na realização de suas atividades. Portanto, segundo Ladislau (2007), a empresa deverá estar engajada, direta ou indiretamente em programas e atividades sociais, tanto para os colaboradores como para comunidade, em áreas como educação, saúde, arte e cultura, meio ambiente entre outras.

Para Carroll (1991) a Responsabilidade Social Corporativa é formada por quatro categorias: econômica, legal, ética e filantrópica.

- A responsabilidade econômica é primordial, por ser a razão da existência da empresa. O papel dessas organizações é produzir bens e serviços que os consumidores necessitam, assim como gerar riqueza e dividendos para seus acionistas

A responsabilidade legal está pautada no que o autor denomina de contrato social entre empresas e sociedade, onde as corporações devem perseguir a missão econômica no âmbito da lei. A responsabilidade legal contempla uma visão de ética codificada no sentido de que engloba noções básicas das operações legais, conforme definido pelos legisladores.

- A responsabilidade ética vem englobar aquelas atividades que, embora não sejam contempladas no regramento jurídico, são esperadas ou proibidas. As responsabilidades éticas agregam aqueles padrões, normas e ou expectativas que refletem em interesse para os consumidores, colaboradores, acionistas e comunidade, e consideram como apropriado, ou em acordo com o respeito e proteção dos direitos morais do grupo.
- A Responsabilidade Filantrópica envolve as ações empresariais que são demandadas pela sociedade, como o incentivo a educação e as

artes, representando um engajamento voluntário da organização com a resolução dos problemas da comunidade. O autor destaca que existe uma característica distintiva entre responsabilidade filantrópica de responsabilidade ética, tendo em vista que o primeiro não é esperado em um sentido ético ou moral.

Por outro lado, a corrente de pensadores neoliberais, dentre os quais o maior expoente é Milton Friedman, defende que a organização é socialmente responsável quando atinge lucros crescentes e remunera bem seus acionistas. Friedman (1962, p. 112) argumenta que:

[...] há uma e somente uma responsabilidade social nos negócios que é usar seus recursos e desenvolver atividades elaboradas para aumentar seus lucros enquanto estiverem dentro das regras do jogo, ou seja, entrar numa competição aberta e livre, sem enganos ou fraudes.

De acordo com Barbieri e Cajazeiras (2009), os argumentos de Friedman convergem no sentido de que se a empresa gerando lucro dentro da lei é porque está produzindo bem ou serviço importante pra sociedade, remunerando os fatores de produção (capital e trabalho), conseqüentemente proporcionando renda para sociedade e impostos para o governo que deve aplica-los para resolução dos problemas sociais.

Em contraposição, Schroeder e Schroeder (2004) argumentam que a delimitação social das empresas, através da cobrança de ações de responsabilidade social tem a capacidade de alertar a sociedade das práticas empresariais muitas vezes injustas. Contudo, surge a preocupação de que as empresas empreguem suas ações de cunho social para aumentar seu poder. Assim, podendo a empresa tornar-se definitivamente o principal ator social. Deste modo, ao invés da responsabilidade social corporativa limitar o poder das organizações, pode atuar de forma contrária, ampliando-o, tornando-se mais um meio da empresa justificar certas situações ou até mesmo imposições aos seus empregados e a sociedade como um todo.

Para Soares (2004, p. 8) uma leitura atenta das informações publicadas em sites, boletins, trabalhos acadêmicos e livros que versam sobre responsabilidade social permite se identificar três tipos de discursos proferidos, quais sejam:

O discurso explicitado, através do qual são divulgadas as informações a respeito da responsabilidade social que se pretende que sejam do conhecimento dos trabalhadores e do grande público, normalmente composto da massa de consumidores das empresas patrocinadoras das ações sociais; o discurso pronunciado reservadamente, que contempla as informações que, embora públicas, não são divulgadas no âmbito da população em geral e se encontra preponderantemente em trabalhos acadêmicos e livros especializados; e o discurso não-dito, revelado a partir de uma análise crítica dos discursos explicitado e pronunciado reservadamente.

Desta forma, as pesquisas dessa temática precisam estar atentas ao que é anunciado no discurso e aquilo que de fato ocorre do ponto de vista da minimização dos impactos negativos produzidos pela ação organizacional.

As ações de responsabilidade social podem ter diferentes percepções para os *stakeholders*, em decorrência dos interesses muitas vezes conflitantes dentro da organização. Algumas atividades podem ter um papel preponderante para determinado grupo e ser irrelevante ou até danosa para outro.

Deste modo, a questão a ser problematizada nesta pesquisa é identificar se os discursos dos *stakeholders* de uma organização produtora de melão na região de Mossoró são diferenciados em decorrência da posição que ocupam.

O objetivo deste estudo é analisar as diferenças nos discursos sobre responsabilidade social dos *stakeholders* em uma organização do setor fruticultor no agropólo Assú/Mossoró. Ademais, foram estabelecidos os seguintes objetivos secundários: i) identificar as ações de responsabilidade social da empresa; ii) verificar quais agentes estão envolvidos nas práticas de responsabilidade social, e; iii) analisar se ações desenvolvidas pela organização tem um caráter de reversão das externalidade negativas ou são filantrópicas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico serão apresentadas as principais teorias que embasam esta pesquisa. Primeiramente, tratar-se-á das principais pesquisas sobre responsabilidade social e, em seguida, sobre as teorias a respeito de fruticultura.

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para Soares (2008), a ideia de responsabilidade social tem como propósito basilar que a empresa possa compensar a sociedade pelo uso de seus recursos (humanos, ambientais, institucionais, etc.). Ladislau (2007) complementa que a empresa deverá estar engajada, direta ou indiretamente em programas e atividades sociais, tanto para os colaboradores como para comunidade, em áreas como educação, saúde, arte e cultura, meio ambiente entre outras.

Para algumas organizações, a responsabilidade social é vista como uma possibilidade de maximizar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento. Essa inclinação deriva da maior conscientização do consumidor em buscar empresas, produtos e práticas que acarretem melhoria para o meio ambiente ou comunidade, valorizando aspectos éticos vinculados a cidadania. Necessitando gerar o desenvolvimento de estratégias empresariais

competitivas, criando soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis (ASHLEY, 2004).

Srour (2000, p. 43), argumenta que:

(...) em ambiente competitivo as empresas têm uma imagem a resguardar, uma reputação, uma marca. E, em países que desfrutam de estado de direito, a sociedade civil reúne condições para mobilizar-se e retaliar as empresas socialmente irresponsáveis ou inidôneas. Os clientes, em particular, ao exercitar seu direito de escolha e ao migrar simplesmente para os concorrentes, dispõem de uma indiscutível capacidade de dissuasão, uma especial de arsenal nuclear. A cidadania organizada pode levar os dirigentes empresariais a agir de forma responsável, em detrimento, até, das suas convicções íntimas.

A consciência dos impactos causados pelos negócios e sua interação com as questões sociais e ambientais tem surgido juntamente com o crescimento da pressão exercida pela sociedade. Esta evolução dos negócios e da preocupação social levou às empresas a gradualmente reabraçarem sua orientação social e assumir uma maior responsabilidade e consideração com bem-estar social e ambiental. Assim, ao perseguir investimentos éticos, indivíduos e organizações procuram empresas com uma reputação positiva, evitando negócios ligados a práticas prejudiciais ao ambiente e as relações de trabalho (PANWAR *et al.*, 2006).

Destarte, Srour (2000) sugere que a adoção de uma postura socialmente responsável tem muito a ver com a busca pela sobrevivência das organizações, podendo vir a torna-se um diferencial competitivo.

Levando-se em consideração que as organizações são compostas por coalizões de poder e que a adoção das políticas de responsabilidade social depende da interação entre seus agentes, Carroll (1991) destaca que, independentemente do nível de importância de cada grupo para cada empresa, todos os *stakeholders* impactam e são impactados pelas ações da organização e por isso precisam ser considerados em um projeto de responsabilidade social. Para o autor, cada um desses grupos apresentará demandas diferentes, e em diferentes quantidades/qualidade, para uma empresa – doações, boas condições de trabalho, retorno financeiro, pagamento dos impostos, transparência nas informações etc. –, mas todos têm importância para a sobrevivência institucional e merecem, dentro de uma política de responsabilidade social, serem tratados com justiça pela organização.

Srour (2000) enfatiza que nas economias competitivas, os empresários não têm como deixar de ponderar os interesses quase sempre díspares de seus *stakeholders*. Considerando que esses grupos de interesses detêm enorme poder articulação e represália em relação às organizações. Embora o autor reconheça que esse poder de barganha perde parte de seu sentido em economias oligopolista ou estatista, assim como deixa de ser viável em países cujos regimes políticos são autoritários ou totalitários.

A relação entre a empresa e seus *stakeholders* pode ser definida como

um sistema complexo, com direitos, objetivos, expectativas, e responsabilidades diferenciadas. Onde a sobrevivência e contínuo sucesso da organização depende da capacidade de seus administradores de gerar riqueza, valor e satisfação para seus *stakeholders*, de modo a suscitar interesse em continuar como parte interessada da empresa (CLARKSON, 1995).

Portanto, a forma como a responsabilidade social é implementada depende das perspectivas e coalizões de forças de seus *stakeholders*, em decorrência dos interesses muitas vezes conflitantes dentro da organização. Visto que algumas ações podem ter um papel preponderante para determinado grupo e ser irrelevante ou até danosa para outros.

2.2 FRUTICULTURA

A fruticultura irrigada é um dos ramos do agronegócio com grande importância para o setor. Como atividade econômica, emprega em torno de 5 milhões de pessoas, direta ou indiretamente. E tem uma produção estimada em 40 milhões de toneladas de frutos ao ano (CARVALHO *et al.*, 2010).

O comércio externo para as frutas brasileiras segue em escala crescente. No ano de 2012, as exportações registraram um incremento de 1,73% em volume comparada ao ano anterior, tendo sido embarcadas 693,020 mil toneladas, tendo um faturamento de US\$ 618,821 milhões (POOL *et al.*, 2013).

O Brasil comercializa frutas com 56 nações. Os Países Baixos são a grande porta de entrada dos produtos brasileiros na Europa, sendo responsável por receber 39,28% do total embarcado em 2012, sendo então distribuídos em todo o continente. O mercado europeu é responsável por absorver em torno de 85% das vendas de frutas brasileiras (POOL *et al.*, 2013).

O agronegócio está inserido em sistema globalizado, em que aos países periféricos cabe a produção de commodities geradora de grande impacto ambiental, monocultura agrícola, com uso intensivo de agrotóxicos e fertilizantes químicos, assassinatos de lideranças locais pelos latifundiários, deslocamento de populações para “obras do desenvolvimento” e efeitos sobre a especulação do preço da terra (MIRANDA, 2012).

No Brasil, segundo Pinheiro, Amaral e Carvalho (2010) o agronegócio já tem acarretado impactos socioambientais preocupantes, com maior intensidade nos cerrados, na floresta amazônica e no semiárido, que inicia um processo de desertificação grave.

Os principais produtos do agronegócio brasileiro, dentre eles a soja, o milho, a cana-de-açúcar, o eucalipto, as frutas, etc., são cultivadas sob a forma de monoculturas, em grandes extensões territoriais, até então ocupadas pela vegetação nativa ou voltadas para a produção de alimentos (SCHLESINGER, 2013). Camacho (2009) complementa que a ligação entre monocultura e latifúndio tem criado uma combinação impactante socioambientalmente

negativa.

Os problemas sociais e ambientais provenientes destas atividades vêm ocasionando intensos debates, que versam sobre questões como a disponibilidade de água para outras atividades, a produção familiar de alimentos, a contaminação dos solos por agrotóxicos, a redução dos postos de trabalho no meio rural, dentre outras (SCHLESINGER, 2013).

O agronegócio acumula a propriedade do território, onde está inserido, ocasionando forte valorização das terras, fazendo com que, pequenas propriedades de agricultores familiares estabelecidos em áreas de interesse da monocultura mudem de dono, e a produção de alimentos diversificados torne-se praticamente nula (SCHLESINGER, 2013). A concentração fundiária, característica intrínseca ao modelo de produção do agronegócio, expulsa os camponeses de suas terras, causando entre outras consequências o êxodo rural (CAMACHO, 2009).

Segundo Schlesinger (2013, p. 19) são diversos os impactos ambientais ocasionados pelas monoculturas, dentre eles a:

Compactação do solo através do tráfego de máquinas pesadas, durante o plantio, tratos culturais e colheita; Assoreamento de corpos d'água, devido à erosão do solo em áreas de renovação de lavoura. Esse assoreamento, além dos danos ambientais, pode ter como consequência a redução do potencial das hidroelétricas e da captação de água para o abastecimento público, entre outros problemas; Redução da biodiversidade, causada pelo desmatamento e pela implantação de monocultura; Contaminação dos solos e da água, provocada pela utilização intensiva de agrotóxicos; Emissão de gases do efeito estufa, como resultado do desmatamento.

A fruticultura, como parte integrante do agronegócio, ocupa um lugar contraditório no desenvolvimento das regiões onde atua, pois se por um lado é geradora de emprego e divisas, como visto anteriormente, também apresenta alto potencial de impacto negativo social e ambiental.

A agricultura irrigada é enquadrada pelo Conselho Estadual do Meio Ambiente (2006) como uma atividade com grande potencial poluidor/degradador. Sendo atribuído a variável ar o potencial de poluidor/degradador médio (M), e para as variáveis, água e solo e/ou subsolo o potencial de grande (G) poluidor/degradador.

De acordo com Souza e Jales (2005), o custo ambiental pago com a instalação de projetos de irrigação é alto. Impactos ambientais de intensidade variadas são provocados, desde a implementação dos grandes reservatórios de água, implantação de canais de irrigação e, sobretudo pela devastação da cobertura vegetal natural dos locais onde são instaladas as culturas irrigadas. Outros aspectos ambientais a serem considerados, são o aumento do nível de salinização das áreas irrigadas, muitas vezes em consequência do emprego de técnicas erradas e o uso indiscriminado de água para irrigação das culturas.

A ocorrência de doenças e pragas é algo frequente, em decorrência principalmente da monocultura implantada na maioria dos casos. Também relevante é o emprego intensivo e por vezes indiscriminado de defensivos agrícolas e fertilizantes químicos na produção, acarretando prejuízos à saúde de quem os aplica e indiretamente a quem consome os produtos com resíduos químicos (SOUZA; JALES, 2005).

3 METODOLOGIA

Este estudo tem como base a abordagem qualitativa, pois esta tem uma relação mais dinâmica entre o mundo e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade (SILVA; MENEZES, 2001). Quanto aos meios é um estudo de caso, que segundo Gil (2009, p. 57), “[...] é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados”.

No que tange aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva que segundo Cooper e Schindler (2003) tem como objetivo principal a descrição de fenômenos ou características associadas com a população alvo, estimativa da intensidade de uma população que tenha essas características além da descoberta e medição de relações de causa e efeito entre as variáveis.

A coleta de dados foi realizada no ano de 2014, por meio de entrevista semiestruturada. Minayo (1993) afirma que a entrevista é o material privilegiado da análise da enunciação, no sentido que se trata de um discurso dinâmico em que a espontaneidade e o constrangimento são simultâneos, onde o trabalho de elaboração desenha ao mesmo tempo como emergência do inconsciente e construção do discurso.

Após a identificação dos stakeholders que interagem com o processo de gestão foram selecionados um de cada segmento identificado. Deste modo, foram realizadas entrevistas com um acionista; seis empregados, sendo três da atividade meio (administrativos) e três da atividade fim (campo), os três principais fornecedores (um fornecedor de agrotóxicos, um fornecedor de equipamentos agrícolas, um fornecedor de sementes ou mudas); os dois principais clientes, um do mercado interno e outro do externo.

A seleção dos sujeitos utilizou como critério norteador a diversidade dos setores, desse modo justifica-se a entrevista com um ou mais membros de cada setor.

O levantamento dos dados deu-se através de três fases: a) pesquisa documental acerca das fazendas produtoras de melão no agropólo Assú/Mossoró e suas características, a fim de definir a estratificação do sujeito; b) análise junto aos *stakeholders*, se existem divergência nos discursos no tocante as ações de responsabilidade social desenvolvidas pela empresa; c) verificar se os impactos das ações sociais têm um fim compensatório de

reversão das externalidade ou filantrópico.

O tratamento dos dados deu-se através de abordagem interpretativa dos discursos isto é, buscou-se evidenciar pontos em comum na fala dos entrevistados, bem como confrontá-las com a literatura estudada.

4 RESULTADOS

Fundada em 1995, a organização pesquisada é, na atualidade, uma das maiores empresas produtora e exportadora de frutos *in natura* do país, comercializando com o mercado doméstico, europeu, asiático e do oriente médio, detendo cerca de 60% de *market share* na venda de melões na Europa.

A empresa é formada por um complexo de 16 fazendas, localizadas nos estados do Rio Grande do Norte, Ceará e Pernambuco, com uma área total de aproximadamente 21.000 hectares, dos quais 8,5 mil hectares são dedicadas ao cultivo de melão, melancia, banana, mamão, maracujá, aspargo, bovinos e peixes, sendo o melão e melancia os carros chefes, com cerca de 85% da produção.

Com mais de 7.000 funcionários diretos, e pela natureza da atividade fruticultora, a empresa alcança um *status* de alto impacto socioeconômico e ambiental nas regiões em que está inserida. Sua preocupação com questões socioambientais e com seus *stakeholders* é verbalizada em seu discurso, tendo como missão institucional a criação de empregos e renda para as pessoas de regiões subdesenvolvidas do Brasil, acreditando que quando é dada oportunidade profissional certo, as pessoas podem superar suas desvantagens sociais e tornarem-se membros produtivos da nossa sociedade.

Na concepção do acionista entrevistado, responsabilidade social diz respeito as ações sociais desenvolvidas pela empresa de forma voluntária, além do que já está previsto em lei. O mesmo ainda afirmou ter construído esse conceito através de sua inserção no mundo moderno dos negócios.

No que refere aos seis funcionários ouvidos, quando indagados sobre o conceito de responsabilidade social, pelo menos cinco afirmaram já ter ouvido falar sobre a temática. Para um dos funcionários da atividade fim, responsabilidade social trata-se da “responsabilidade que a gente tem dentro da empresa com os funcionários, na função que a gente exerce”.

Já para um dos funcionários da atividade meio, responsabilidade social “é agir com ética em todos os negócios da empresa, sem menosprezar ninguém dentro da empresa”. Carroll (1991) considerou que a responsabilidade ética vem englobar aquelas atividades que, embora não sejam contempladas no regramento jurídico, são esperadas ou proibidas. As responsabilidades éticas agregam aqueles padrões, normas e ou expectativas que refletem em interesse para os consumidores, colaboradores, acionistas e comunidade, e consideram como apropriado, ou em acordo com o respeito e proteção dos direitos morais do grupo.

Ainda questionados sobre como adquiriram esse conceito de responsabilidade social, dois funcionários da atividade fim afirmaram ter adquirido esse conceito no dia a dia da empresa, em contato com os demais trabalhadores.

Para os funcionários da atividade meio, o conceito foi adquirido na faculdade, por meios de disciplinas que abordaram a temática. Já no entendimento de um dos fornecedores, responsabilidade social é não buscar só a questão de lucro, mas é a preocupação com a sociedade que tem em torno da empresa, a preocupação com o funcionário, o bem-estar dele, o fornecimento do material para que ele possa trabalhar de forma segura.

O entrevistado atribui a construção desse conceito a formação acadêmica, em conjunto com a formação dentro da empresa. Para os clientes, interno e externo, o conceito de responsabilidade social está contido no fato de que a organização, além do seu papel de faturar, deve também ajudar as entidades próximas a ela, bem como, contribuir com o meio ambiente. Ambos ainda afirmaram ter adquirido esse conceito em âmbito acadêmico e na convivência diária empresarial.

Em análise as ações de responsabilidade social identificadas na empresa, os agentes entrevistados citaram o programa da Carreta Odontológica, em que os funcionários recebem tratamento odontológico periodicamente, bem como, a disponibilidade de alojamento, alimentação, transporte; escola de alfabetização e, a doação de frutas ao programa Mesa Brasil. Fatos que corroboram com os estudos de Ladislau (2007), ao afirmar que a empresa deverá estar engajada, direta ou indiretamente em programas e atividades sociais, tanto para os colaboradores como para comunidade, em áreas como educação, saúde, arte e cultura, meio ambiente entre outras.

Pode-se verificar que todos os agentes organizacionais acabam por se envolver nas práticas de responsabilidade social, mesmo que de forma indireta. Isto é, funcionários, acionistas, fornecedores, clientes, e outros parceiros, cooperam no desenvolvimento das práticas de responsabilidade social. Carroll (1991) destacou que, independentemente do nível de importância de cada grupo para cada empresa, todos os *stakeholders* impactam e são impactados pelas ações da organização e por isso precisam ser considerados em um projeto de responsabilidade social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo geral a análise das diferenças nos discursos sobre responsabilidade social dos *stakeholders* em uma organização do setor fruticultor no agropólo Assú/Mossoró. Ainda, se buscou identificar as ações de responsabilidade social da empresa; verificar quais agentes estão envolvidos nas práticas de responsabilidade social, e; analisar se ações desenvolvidas pela organização tem um caráter de reversão das externalidade negativas ou são filantrópicas.

Assim, por meio da coleta e análise dos dados pode-se considerar que todos objetivos propostos foram alcançados. Com isso, se conclui que não foram identificadas contradições nos discursos dos *stakeholders*, a diferença no discurso limita-se a profundidade que conhecem as ações sociais da empresa.

Ademais, foi possível identificar que as ações de responsabilidade social assumem mais um caráter filantrópico do que de reversão, contudo, esses discursos se diferem entre os entrevistados das atividades meio e fim.

Por fim, entende-se que pelo fato de tratar-se de uma empresa exportadora, já à obriga a assumir algumas políticas de responsabilidade social, principalmente aquelas relacionadas a certificações ambientais.

REFERÊNCIAS

- ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRAS, J. E. R. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CAMACHO, R. S. O Agronegócio Latifundiário versus a Agricultura Camponesa: a Luta Política e Pedagógica do Campesinato. In: XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária, 19, **ANAIS...** São Paulo, 2009, pp. 1-34
- CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. **Business Horizons**, v. 34, n. 4, pag. 39-48, 1991.
- CARVALHO, C. *et al.* **Anuário Brasileiro da Fruticultura 2010**. Santa Cruz do Sul: Gazeta Santa Cruz, 2010.
- CONSELHO ESTADUAL DO MEIO AMBIENTE. Define empreendimentos e atividades de impacto local para fins de licenciamento ambiental por municípios. Resolução nº 4, de 12 de Dezembro de 2006. **Diário Oficial do Estado do Rio Grande do Norte**, Natal, RN, 13 dez. 2006.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- CLARKSON, Max B. E. A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, **Academy of Management Review**, Mississippi State, v.20, p. 92 -117, jan. 1995.
- FRIEDMAN, M. **Capitalism and Freedom**. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- LADISLAU, D. E. O. **Economia da Responsabilidade Socioambiental: estudo considerando empresas dos principais setores da economia de**

Criciúma-SC. 2007. 187 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Ambientais) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma. 2007.

MINAYO, M. C. DE S. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 1993. MIRANDA, A. C. **O dilema da Rio + 20**. [Editorial]. Cien Saude Colet, 2012.

PANWAR, R. *et al.* **Corporate responsibility: balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry**. *Forest Products Journal*, v. 56, n. 2, p.4-12, 2006.

PINHEIRO, J. C. V.; AMARAL, C. R.; CARVALHO, R. M. Análise da Viabilidade Sócio-ambiental da Fruticultura Irrigada no Baixo Jaguaribe, Ceará. **RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 4, n. 1, p. 3-17, jan./abr. 2010.

POOL, H. *et al.* **Anuário Brasileiro da Fruticultura 2013**. Santa Cruz do Sul: Gazeta Santa Cruz, 2013.

RAMOS, A. G. **A Nova Ciência das Organizações: uma reconceituação da riqueza das nações**. 2 ed. Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1989.

SCHLESINGER, S. **Dois casos sérios em Mato Grosso**: A soja em Lucas do Rio Verde e a cana-de-açúcar em Barra do Bugres. Mato Grosso: FORMAD, 2013.

SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I. Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, v. 3, n 1, p.1-10, jan./jun. 2004.