

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E ESTRATÉGIA DE DESINVESTIMENTO: representações do encerramento da produção de carros da empresa Ford – Brasil

1 INTRODUÇÃO¹

Esta pesquisa parte do pressuposto que as organizações empresariais são socialmente construídas e representadas, a partir de significados e imagens que simbolizam as experiências e relações dessas com indivíduos, governos e outras organizações. Também dessa perspectiva, as organizações empresariais são concebidas como agentes sociais, por sua capacidade de transformar essas relações e o contexto em que atuam em direção ao atendimento de seus próprios objetivos e planos para o futuro, com impactos econômicos, sociais e simbólicos de suas estratégias para indivíduos, governos e outras organizações.

A questão desta pesquisa é como o encerramento da produção de automóveis pela Ford, no Brasil, é representado por funcionários da empresa, clientes/compradores e fornecedores. Ao investigar a questão proposta, essa pesquisa vai além de causas e impactos econômicos dessa estratégia, para abordar os aspectos simbólicos das representações desses *stakeholders* que são afetados por essa estratégia. Especificamente, a história das fábricas da empresa Ford, no Brasil, se mistura à história de indivíduos, famílias e outras organizações em vários estados brasileiros. Mas, essa história foi interrompida, em um contexto em que o sistema de produção de automóveis prescinde do trabalho humano, cada vez mais, indicando uma nova Era para as relações de trabalho, de produção e de consumo; também um novo contexto global de divisão de trabalho. Refletir sobre estratégias de desinvestimento e sua dimensão simbólica torna-se necessário e urgente para o campo dos estudos sobre responsabilidade social corporativa.

Esta pesquisa está fundamentada em estudos sobre estratégia de desinvestimento e responsabilidade social corporativa e estudos psicossociológicos sobre representações sociais. Para a coleta e a análise do material de pesquisa foram utilizados o método de análise narrativa temática e visual e o método do estudo de caso, a partir de uma abordagem qualitativa dos dados coletados com a pesquisa documental em internet e websites de jornais e revistas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Desinvestimento Estrangeiro (DE) e Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

Em estudo sobre os antecedentes do desinvestimento de subsidiárias, Schmidt e Morschett (2020) identificam diferentes perspectivas teóricas: visão baseada em recursos (*Resource-based view*), visão baseada no conhecimento (*Knowledge-based view*), perspectiva da aprendizagem organizacional, teoria dos custos de transação, teoria das opções reais (*Real option Theory*), teoria institucional, paradigma eclético reverso.

Ao analisar três décadas de estudos sobre FD, Arte e Larimo (2019) identificam oito diferentes abordagens teóricas (*theoretical frameworks*). A primeira, *Knowledge-based view* (KBV); a segunda abordagem, Economia dos Custos de Transação (*Transaction cost economics* – TCE) e Custos de Internalização; a terceira abordagem – *Cultural dimensions approach* (CDA). A quarta abordagem, foi identificada como Paradigma eclético (*Eclectic paradigma* – OLI *framework*). A quinta abordagem é a teoria institucional. Os autores ainda citam outras três abordagens: a economia geográfica; a abordagem de redes e teoria das trocas sociais (*Networks' approach/Social Exchange Theory* – SET); e a *Real options theory* (ROT).

Teoh, Welch e Wazzan (1999) analisam causas políticas e ações de ativismo que levam ao desinvestimento. Os autores analisam especificamente um movimento contra o *Apartheid* com sanções, boicote e desinvestimento voluntário corporativo em operações na África do Sul.

Para Panibratov e Gaur (2022), os sentimentos antiglobalização levam algumas companhias a redirecionarem as estratégias e investimentos para suas subsidiárias. Especificamente, os autores abordam as sanções econômicas contra a Rússia, além de uma avaliação das condições institucionais e políticas para uma companhia continuar operando no país após a invasão a outro país – Ucrânia.

A RSC não é citada nos estudos de Schmidt e Morschett (2020) e Arte e Larimo (2019) que abordam os antecedentes ou motivos para o DE. Já os estudos de Teoh, Welch e Wazzan (1999) e Panibratov e Gaur (2022) mostram que a questão ideológica e o ativismo, em prol dos direitos humanos, constituem-se em motivos para o desinvestimento. Nos estudos sobre responsabilidade social empresarial – RSE, Garriga e Melé (2004, p. 52-53) mapearam o campo e identificaram quatro grupos de teorias: as **teorias instrumentais**, as **teorias políticas**, as **teorias integrativas**, e as **teorias éticas**, que defendem a responsabilidade social empresarial como um princípio e um dever (uma obrigação) – teoria normativa de *stakeholder*, Direitos Humanos, desenvolvimento sustentável, teoria do bem comum.

Além desses quatro grupos de teorias, a presente pesquisa identificou a emergência de quarto grupo, nas últimas décadas: as **teorias históricas-críticas**, que adotam o pressuposto que organizações tentam “apagar” um passado de condutas irresponsáveis (*misbehaviours*), e essas condutas não devem ser esquecidas; e, as vozes das vítimas devem ser ouvidas: Coraiola e Derry (2020), Silva, Costa e Santos (2022). Com foco na RSC histórica (*historical CSR*), Phillips, Schrempf-Stirling e Stutz propõem o estudo do passado da RSC (*past-of-CSR*), o passado na RSC (*past-in-CSR*) e o passado como CSR (*past-as-CSR*).

2.2 Representações Sociais (RS) como Imagens e Significados Compartilhados

O fenômeno das RS, conforme Moscovici (2007, p. 20), envolve o poder dos significados e das imagens, padrões de comunicação e os processos de construção de significado e de fixação de imagem. Ou seja, o conceito de RS implica tanto “o processo pelo qual as representações são elaboradas”, quanto “as estruturas de conhecimento que são estabelecidas” a partir e nesse processo. Quanto às suas dimensões, Guareschi e Jovchelovitch (2013, p. 19) argumentam que as RS são constituídas por três dimensões: cognitiva, porque envolve a construção e saberes; dimensão afetiva, pelo “caráter simbólico e imaginativo desses saberes”, cujo significado envolve emoção e sentimentos; e, uma dimensão social, por sua criação, manutenção e transformação coletiva e interativa.

A dimensão axiológica das RS é analisada por Jodelet (2017, p. 140), que relaciona o papel dos valores na construção desses saberes. Outra função das RS analisada por Jodelet (2017, p. 141-142) é a função figurativa e imagética: é a imagem que dá o caráter concreto às RS, que impacta a sua aplicabilidade – prática e que “assegura a perenidade das representações na memória coletiva”. O poder das imagens implica a análise da “textura figurativa” e o papel icônico das RS. Essas imagens podem contribuir com a construção de diversas camadas de significados.

Pesquisas mais recentes, no campo da teoria das representações sociais (TRS), aplicam o conceito de RS às situações de crises ambientais e pandêmicas, desastres e catástrofes. Wallace e Batel (2024, p. 65) analisam a relação entre as representações pessoais e os futuros comuns, devido às mudanças climática e tecnológica. Essas práticas precisam ser coletivamente construídas, em situação de incerteza, a partir de representações sociopsicológicas do futuro e de diferentes formas de temporalidade. Abrutyn (2023) analisa o processo de cognição a partir do conceito de dor social (*social pain*), uma abordagem sociopsicológica de situações de trauma social e distribuição coletiva dessa dor social.

As RS também são necessárias nos processos pelos quais consumidores estão reimaginando (*reimagining*) a compra e o consumo sustentáveis. Golob, Podnar e Weder (2024,

p. 847) consideram fundamental o estudo de um “conceito ‘global’ de consumo sustentável refletido nas práticas nacionais e no contexto cultural”. Gunderson (2023, p. 271) analisa a existência de “uma lacuna entre a preocupação com a degradação ambiental e a eficácia das medidas tomadas contra as forças que impulsionam essa degradação”. O autor argumenta, de uma perspectiva da sociologia crítica, que essa imagem de riscos catastróficos, geram sentimentos de desamparo, que produz atores impotentes, estupefatos e reprimidos (*powerless, stupefied, repressed*). Maccarini (2024) aborda o debate sobre o futuro nas sociedades contemporâneas, de uma perspectiva sociopsicológica: esse futuro é imaginado, previsto ou performado?

Em uma abordagem psicanalítica, Freitas (2002) aborda como as empresas constroem múltiplas identidades, baseadas em prática de sedução e carisma: a imagem de uma nova empresa mais competente, mais competitiva, mais inovadora, mais sustentável, mais tecnológica.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa que busca conhecer a natureza de um fenômeno (Stake, 2011) e aplica o método do estudo de caso (Yin, 2001). A seleção do público da pesquisa é não probabilística, pois esta empresa foi selecionada por ser um caso emblemático. O website da companhia Ford – Brasil foi pesquisado, além do repositório de reportagens de diferentes canais de comunicação que fizeram a cobertura do desinvestimento direto na produção da empresa Ford – Brasil – Tabela 1. As reportagens analisadas são aquelas que trazem material extenso e detalhado sobre o tema. A reportagem foi vinculada à mídia na qual foi identificada no mecanismo de busca. A busca foi realizada no próprio canal de mídia com uso de “saída ford brasil”, “saída ford motivos”, “saída ford consequências”, “ford brasil história”. A coleta e a análise do material pesquisado são orientadas pelo método da pesquisa narrativa, conforme Riessman (2008). A autora propõe a análise narrativa temática e visual como duas possibilidades, dentre outras, de se realizar a análise narrativa.

Tabela 1 – Material empírico pesquisado

Material de mídia pesquisado	Reportagens analisadas
Revista Exame	9
Revista Época Negócios	4
Revista Veja	2
Jornal El País	2
Jornal Folha de S. Paulo	9
Portal BBC News Brasil	6
Portal CNN Brasil	1
Portal G1 – Globo	10
Portal Terra	1
Portal UOL	19
Total de reportagens (texto)	43
Total de imagens ilustrando as reportagens	130

Fonte: autora.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Ford foi a primeira montadora a se instalar no Brasil. A Ford-Brasil comunicou sua estratégia de desinvestimento em outubro de 2019, com a saída/encerramento em 2021,

utilizando as imagens da empresa-inovadora e empresa-sustentável. A reestruturação dos negócios é apresentada como inevitável devido à necessidade de busca por mais agilidade e competitividade. No website da companhia, emerge uma imagem de incerteza para os clientes da companhia ou quem havia comprado um carro produzido pela montadora: “Comprei um veículo da Ford recentemente. Vou ficar sem assistência técnica / garantia? Meu carro pode desvalorizar porque a Ford está encerrando a produção do mesmo? Meu Concessionário Ford continuará me atendendo”? A companhia responde a essas e outras dúvidas dos clientes, assegurando que continuará presente no país com as Concessionárias.

Imagem 1 – Ford-Brasil: imagem de perda e luto, medo de depressão, empresa entrada-proibida



Fonte: Imagem de Avener Prado/UOL (Reis; Leme; Gama, 2022)

Imagem 2 – Ford-Brasil: a vida sem Plano B



Fonte: Leandro Monteiro, que trabalhou 23 anos na fábrica da Ford em Taubaté, luta pelos direitos trabalhistas após anúncio da saída da empresa do Brasil. Imagem: Regis João (Mendonça, 2021).

O fechamento impacta a vida dos funcionários com a perda de emprego, mas também como fonte de referência e identidade. O comércio local, nos locais em que a montadora

produzia, também é afetado (Vieceli; Pitombo, 2022). A Imagem 1 e 2 mostram uma mudança na rotina de acesso dos funcionários ao seu espaço de trabalho e uma mudança em suas vidas, o que gera um “choque psicológico” para o sindicalista Sidivaldo Borges; considerando uma perda de 119.000 postos de trabalho no país (Basílio, 2022).

Imagem 3 – Fim dos sonhos e mensagens simbólicas



Fonte: Funcionários da Ford penduraram seus uniformes no alambrado que cerca a fábrica de Taubaté em protesto contra o fechamento da planta. Imagem de Roosevelt Cassio/Reuters (Brigatti, 2021).

Imagem 4 – Ford- Brasil: a empresa como fonte de identidade para funcionários e compradores



Fonte: Imagem Eduardo Knapp/Folhapress. Funcionários da Ford da unidade de Taubaté reunidos no estacionamento da fábrica para assembleia em protesto contra o fechamento da companhia (Sodré, 2021).

4 CONCLUSÃO

Esta pesquisa contribui com estudos futuros sobre desinvestimento empresarial tanto no âmbito científico-acadêmico, quanto econômico e social. Para estudos futuros com abordagem sobre os impactos sociais e simbólicos de estratégias empresariais de desinvestimento, esta pesquisa traz implicações para “quebra” de identidades. Histórias em que

a profissão de torneiro mecânico era passada de pai para filho e mais de uma geração de uma família se via como um profissional qualificado da empresa Ford são algumas narrativas. As implicações identitárias (psicossociais) associadas à perda de empregos e/ou geração de novas funções na economia são parte do caso da Ford no Brasil. Esta pesquisa contempla esses aspectos sociais e de ressignificação do papel social de indivíduos, famílias e grupos de profissionais que se viam como uma categoria de trabalhadores altamente qualificados e que passam a compor uma categoria de desempregados temporários, no melhor dos casos; e, no pior cenário, trabalhadores desqualificados para novas funções e profissões ou mesmo desnecessário para sistemas de produção capitalista pós-humanos.

REFERÊNCIAS PRINCIPAIS

- ABRUTYN, S. Toward a sociological theory of social pain. **Journal for the Theory of the Social Behaviour**, v. 53, n. 3, p. 351-371, 2023.
- ARTE, P.; LARIMO, J. Taking stock of foreign divestment: insights and recommendations from three decades of contemporary literature. **International Business Review**, v. 28, n. 6, Article 101599, 2019.
- CORAIOLA, D. M.; DERRY, R. Remembering to forget: the historic irresponsibility of U.S. Big Tobacco. **Journal of Business Ethics**, v. 166, p. 233-252, 2020.
- GARRIGA, E.; MELÉ, D. Corporate Social Responsibility Theories: mapping the territory. **Journal of Business Ethics**, v. 53, n. ½, p. 51-71, 2004.
- GOLOB, U.; PODNAR, K.; WEDER, F. Reimagining the sustainable consumer: why social representations of sustainable consumption matter. **Business Ethics, the Environment & Responsibility**, v. 33, n. 4, p. 847-859, 2024.
- GUNDERSON, R. Powerless, stupefied, and repressed actors cannot challenge climate change: real helplessness as a barrier between environmental concern and action. **Journal for the Theory of the Social Behaviour**, v. 53, n. 2, p. 271-295, 2023.
- MACCARINI, A. M. Imagine, predict or perform? Reclaiming the future in sociology beyond scientism and catastrophism. **Journal for the Theory of the Social Behaviour**, v. 54, n. 3, p. 319-335, 2024.
- MENDONÇA, H. A vida sem plano B depois da saída da Ford no Brasil. **Jornal El País Brasil**, 20 abr. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-04-20/a-vida-sem-plano-b-depois-da-saida-da-ford-no-brasil.html>. Acesso em: 20 fev. 2024.
- PHILLIPS, R.; SCHREMPF-STIRLING, J.; STUTZ, C. The past, history, and Corporate Social Responsibility. **Journal of Business Ethics**, v. 166, p. 203-213, 2020.
- RIESSMAN, C. K. **Narrative Methods for the Human Sciences**. Los Angeles, USA: Sage Publications, 2008.
- SCHMID, D.; MORSCHEIT, D. Decades of research on foreign subsidiary divestment: What do we really know about its antecedents? **International Business Review**, n. 29, n. 4, Article 101653, 2020.
- WALLACE, R.; BATEL, S. Representing personal and common futures: insights and new connections between the theory of social representations and the pragmatic sociology of engagements. **Journal for the Theory of the Social Behaviour**, v. 54, n. 1, p. 65-85, 2024.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

¹ Esta pesquisa foi financiada com a modalidade de duas bolsas do Programa de Iniciação Científica para Ensino Médio – PIBIC-JR/FAPEMIG oferecidas pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG, para as bolsistas: Lavinnya Aparecida Mendes Lima e Nathalia Silva Nogueira.