

Considerações sobre a responsabilidade social das empresas em contextos de desigualdade e exclusão

*Ana Maria Kirschner**

Resumo

No Brasil, a responsabilidade social da empresa (RSE) tem sido incentivada pelo Estado. As empresas hoje enfrentam desafios éticos para a dimensão econômica, ambiental e social nos negócios e precisam se articular com governos e comunidades, até mesmo como forma de buscar legitimidade na sociedade. Porém há que se sublinhar que está tornando-se comum os poderes públicos apelarem para a ajuda financeira de empresas. Os casos analisados – o Projeto Mais Vida desenvolvido pela Unilever em Araçoiaba (PE) e o trabalho feito em torno da Mina de Brucutu em São Gonçalo do Rio Baixo (MG) pela Companhia Vale do Rio Doce – foram escolhidos em função das parcerias estabelecidas.

Palavras-chave: responsabilidade social da empresa, obrigações legais, parcerias, comunidade, poder público.

1. Introdução

Ian Davis, presidente mundial da McKinsey, a mais respeitada consultoria internacional de estratégia, afirmou num artigo da revista inglesa *The Economist* que dar atenção a temas sociais está se tornando uma questão de sobrevivência para o mundo corporativo. “A empresa que ignora esses temas está fechando os olhos para as forças que definirão seu futuro”, escreveu Davis. Segundo ele, o desafio é encarar o relacionamento próximo com a sociedade não como ameaça, mas como oportunidade para desenvolver negócios

* Doutora em Sociologia pela Université de Paris III. Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal Fluminense. Endereço eletrônico: ana.k@uol.com.br.

e gerar benefícios que possam ser compartilhados. A idéia ainda encontra resistência nas empresas. Muitos executivos, por exemplo, defendem a tese do americano Milton Friedman, prêmio Nobel de economia, para quem as organizações devem se preocupar em cumprir as leis e gerar lucro para o acionista -- nada mais do que isso.” (EXAME, 29/06/2006).

No Brasil, a responsabilidade social da empresa (RSE) tem sido incoerente pelo Estado. As empresas hoje enfrentam desafios éticos para a dimensão econômica, ambiental e social nos negócios e precisam articular-se com governos e comunidades, até mesmo como forma de buscar legitimidade na sociedade. Porém, há que se sublinhar que está tornando-se comum os poderes públicos apelarem para a ajuda financeira de empresas. Os casos analisados foram escolhidos em função das parcerias estabelecidas.

A RSE é uma noção cuja circulação e difusão tem sido intensa e rápida, e tem dado margem a muitos equívocos. A empresa hoje deve ser considerada extra-muros para fins de análise, porque tem que conciliar seus interesses com os interesses dos diferentes atores com quem interage. Atualmente, a empresa é solicitada de muitas maneiras; ela torna-se mais próxima da sociedade e tem mais visibilidade. Por diferentes razões, empresários – individualmente ou por meio de suas organizações – sentem necessidade de melhorar sua imagem atuando no social (KIRSCHNER, 2006).

Neste artigo, primeiramente formularemos algumas hipóteses para explicar esta valorização social que a empresa adquiriu ao longo de cerca de vinte anos. Em seguida questionamos a noção de responsabilidade social da empresa, e mostramos como as ações sociais das empresas são limitadas e necessitam de instituições políticas que formulem regras claras e que sejam atuantes. Considera-se que a RSE resulta de vários fatores, dentre os quais salientamos como o mais importante a implementação das políticas neoliberais no Brasil a partir dos anos 90, que reduziram muito as intervenções sociais do Estado. Seleccionamos alguns casos de RSE que envolvem parcerias de empresas com órgãos públicos, ou com organizações não-governamentais (ONG), ou com outras empresas privadas. Levantamos algumas questões, diante do muito que já foi questionado, discutido e empiricamente feito pelas empresas. O

que as empresas ganham e o que ganha efetivamente a sociedade?
Que conseqüências podem gerar tais ações?

2. A valorização das empresas pela sociedade

Na França, em 1986, Sainsaulieu e Segrestin, os primeiros sociólogos a utilizarem a expressão “sociologia da empresa”, avançaram a hipótese que foi exaustivamente desenvolvida e confirmada em anos posteriores, qual seja: se a valorização social da empresa tem um efeito de moda, ela traz em seu bojo a busca da sociedade por uma nova forma de regulação das relações sociais, agora não mais centrada no consumo ou nos modos de vida, mas precisamente na esfera da produção de bens e serviços (SAINSAULIEU & SEGRESTIN, 1986 p.338).

Vale a pena, portanto, pensar em que medida a sociedade cobra mais responsabilidade da empresa e ações mais éticas a partir da implementação do modelo neoliberal, do esgotamento do Estado de Bem-Estar social na Europa. No Brasil registramos que é a partir da segunda metade da década de 80 que o Estado começa a retirar-se de funções exercidas na economia, seja enquanto agente econômico, seja enquanto regulador da atividade econômica. E é a partir desta época, sob um Estado democrático, que a sociedade civil começa a exigir das empresas mais responsabilidade social e ambiental, além de mais transparência. Vale a pena considerar que tais mudanças ocorreram no bojo de uma sociedade civil fortalecida, que contava com movimentos sociais organizados e, sobretudo, com um o movimento ecológico – ainda nascente, mas já ativo – e onde já se fazia sentir uma preocupação com o consumidor.

Paralelamente, o agravamento da questão ambiental e uma sucessão de grandes acidentes industriais (Bhopal na Índia, em 1984. No México, no mesmo ano, um acidente em uma planta de gás liquefeito de petróleo. E, em 1989, Chernobyl, na Ucrânia) criaram um campo propício para que organismos internacionais se manifestassem, buscando diminuir os riscos de acidentes de trabalho, as ameaças à saúde pública, à segurança e ao meio-ambiente, como é o caso da Convenção 170 e da Convenção 174 da OIT, esta última ratificada pelo Brasil em 2002 (RIBAS, 2008). Citamos ainda a Decla-

ração da OIT sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho, adotada em 1998. No Brasil foi desenvolvido o Projeto Igualdade Racial e muitos de seus resultados deram origem a publicações da OIT, especialmente a partir de 2002. Em 1998, a OIT desenvolveu o projeto Desenvolvimento Local, que a partir de 2001 tem convênio com o IBAM, para promover cursos de desenvolvimento local para municípios via *internet* e correio eletrônico.

Em dezembro de 2001, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento lançou os Objetivos do Milênio, que contou com manifestações populares em 131 países, a favor do cumprimento das metas da ONU. Os objetivos são oito:

- Erradicar a extrema pobreza e a fome,
- Atingir o ensino básico fundamental
- Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
- Reduzir a mortalidade infantil
- Melhorar a saúde materna
- Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças
- Garantir a sustentabilidade ambiental
- Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento.

Cabe ressaltar que o lançamento dos Objetivos do Milênio teve um impacto significativo em diferentes países. No Brasil, a Campanha pelos Objetivos do Milênio reuniu mais de 26 mil manifestantes.

A sociologia da empresa. Instrumental que permite estudar as ações sociais da empresa?

A empresa contemporânea não se limita a gerir e manter recursos econômicos, técnicos e humanos, como foi o caso até alguns anos atrás. Hoje, ela continua a agir como ator político, mas buscando novas formas de legitimidade, que variam segundo os contextos políticos e econômicos.

Pode-se dizer que atualmente a sustentabilidade da empresa apóia-se na capacidade que ela tem de ampliar o espaço de conver-

gência entre seus interesses e os interesses de diferentes atores: acionistas, empregados e *stakeholders* em geral. Quanto mais interesses estiverem em relação, ainda que sejam conflitantes, maior é a zona de convergência da qual a empresa faz parte. Desnecessário salientar que para que este espaço de convergência se amplie, há necessidade de regras claras governando estas relações entre os diferentes atores.

A função social da empresa pode ser analisada a partir de dois eixos: o primeiro privilegia a relação empresa/sociedade, estudando o tipo de interação estabelecido com a dinâmica da sociedade; o segundo enfatiza o que a empresa faz de fato para assegurar a coesão e mobilização de seus funcionários. O desenvolvimento recente de estudos empíricos privilegiando ora um, ora outro destes eixos, tem contribuído para dar algum substrato ao conceito de função social da empresa e à noção de responsabilidade social da empresa. Há necessidade, portanto, de analisar tanto as relações internas quanto as relações externas às empresas.

3. Alguns pontos que marcam a RSE no Brasil

As intensas transformações pelas quais passou a sociedade brasileira mostram que um dos pilares da sociedade contemporânea é constituído pelas empresas, ainda que profundamente afetadas por estas mudanças.

A partir de meados dos anos 80, organizações empresariais, empresários, organizações não governamentais e a imprensa começaram a discutir a responsabilidade social das empresas. O debate é bem marcado. Uma vertente considera que no Brasil dos anos 90 consolidou-se um novo discurso e uma nova prática empresarial: uma postura pautada pela responsabilidade social, em que as empresas são motivadas pela ética e pela responsabilidade, imbuídas de um interesse público (TORRES DA SILVA, 2000, p.150). Outros autores questionam a própria noção de responsabilidade social, que pode, inclusive, ser considerada, tão somente, como o cumprimento das obrigações legais e a obtenção de lucros para pagar impostos (CHEIBUB & LOCKE, 2002, p.284). Para Porter e Kramer (2006) a responsabilidade social pode e deve agregar valor, desde que tenham impacto na cadeia de valor e estejam integradas com

o cerne de suas atividades. Discutiremos mais detalhadamente as teses destes últimos quatro autores.

Cheibub e Locke consideram que é do interesse econômico das empresas promover ações socialmente responsáveis, ainda que “não temos o direito de esperar que empresários e as empresas sejam obrigadas a praticar estes atos. Pelo menos, não temos este direito em relação às empresas enquanto não tivermos também o direito de esperar o mesmo de qualquer outro ator social” (CHEIBUB & LOCKE, 2002, p. 283).

Estes autores construíram uma tipologia para analisar a RSE, considerando duas dimensões e chegaram a quatro modelos de RSE: a primeira tem por base os grupos ou atores beneficiários da gestão da empresa (dos *stakeholders* aos *shareholders*), a segunda considera os motivos das ações sociais empresariais que podem ser motivações de ordem moral ou ações instrumentais para atender aos interesses imediatos das empresas. Os quatros modelos de responsabilidade social identificados pelos autores são: Produtivismo, Idealismo Ético, Filantropia e Progressista.

Por outro lado, Porter e Kramer (2006) propõem que as ações sociais das empresas se relacionem à sua cadeia de valor, que, segundo eles, permite ver como as operações da empresa afetam a sociedade. Os autores propõem que as ações de RSE sejam feitas a partir dos mesmos critérios que as empresas usam para tomar suas principais decisões de negócios. Neste caso, as ações de responsabilidade social deixariam de ser um custo, e poderiam tornar-se uma fonte de oportunidade, inovação e vantagem competitiva. Porter e Kramer afirmam: “o que estamos constatando é que, muitas vezes, o método mais eficaz para enfrentar muitos dos problemas mais prementes do mundo é mobilizar o setor empresarial de forma a beneficiar a um só tempo a sociedade e as empresas.” (Porter e Kramer, 2006, p.139)

Atualmente há uma valorização do desenvolvimento sustentável, porém Porter e Kramer (2006) afirmam que poucas empresas sabem como fazer ações sociais de forma eficaz e sustentável. “Ao vincular a filantropia corporativa a seu setor e à sua estratégia, a empresa pode, mais que outros doadores, melhorar o desempenho dos beneficiários, incrementando ainda mais o valor social.” (PORTER & KRAMER, 2006, p.154)

4. RSE e as relações entre a esfera privada e a esfera pública

Costa (2006) considera que por trás do debate sobre responsabilidade social da empresa há que se considerarem as mudanças do Estado, da economia e a importância crescente dos novos arranjos institucionais. Costa mostra que a articulação entre empresas, comunidades organizadas e Estado criou um novo posicionamento de poder para as empresas na sociedade atual (p. 244). Para a autora, o movimento dos agentes econômicos em favor da responsabilidade social empresarial, faz com que eles desempenhem um importante papel nas políticas públicas.

Ao enveredar pelo caminho do investimento social privado, as empresas estão lidando com a questão da coesão social contemporânea. A violência e a miséria não só fazem mal aos indivíduos isolados; fazem mal à sociedade, ao mercado e às empresas. (...) Como as empresas não querem naufragar no caos social, esta constatação leva algumas empresas a buscar inovações sociais e institucionais que possam substituir a guerra de todos contra todos. (COSTA, 2006, p. 247).

Comentamos a seguir dois casos de RSE que envolvem ações articuladas com instituições municipais, estaduais, com ONGs e com outras empresas privadas. Sugerimos que as ações sociais das empresas têm limitações importantes e que frequentemente elas necessitam da atuação clara de órgãos públicos que tenham condições de cumprir suas missões.

4.1. Projeto Mais Vida - Unilever

A multinacional Unilever fabrica produtos de alimentação, higiene pessoal e produtos de limpeza e está presente no Brasil desde 1929. A multinacional tem feito várias ações sociais no Brasil, notadamente incentivando esportes, promovendo capacitação profissional, e defendendo a proteção do direito das crianças e adolescentes e também dos trabalhadores rurais.

Atualmente, a Unilever tem adotado uma política de evitar confrontos com movimentos sociais. Por exemplo, em 2008, o Gre-

enpeace fez um movimento contra a extinção de florestas asiáticas provocada pelo corte de palmeiras das quais é extraído o óleo de palma utilizado em uma vasta gama de produtos, que vão de alimentação, a limpeza e higiene. Cerca de 28 milhões de hectares de florestas foram destruídos na Indonésia. O óleo de palma é essencial para a fabricação da linha Dove, produzida pela multinacional. Unilever é o maior comprador mundial desta matéria-prima – suas compras representam 3% da produção mundial do óleo. Reagindo ao movimento liderado pelo Greenpeace, a Unilever assinou a moratória pela suspensão de corte de palmeiras proposta pela ONG e procurou os fornecedores locais de óleo de palma assim como grandes compradores do produto, como Nestlé, Kraft, Cadbury, Proctor and Gamble, Cargill, para que eles também aderissem a esta moratória. Atualmente, esses atores estão engajados nessa campanha da qual também faz parte o governo da Indonésia. Hoje o *site* do Greenpeace publica um agradecimento ao apoio da Unilever a essa campanha.

Dentre as várias ações sociais feitas no Brasil, destacamos o projeto Mais Vida, desenvolvido pela empresa em Araçoiaba, pequeno município (17 000 habitantes) que fica a 70 quilômetros de Recife, Pernambuco, numa zona canavieira. O município tem um dos mais baixos IDHs do Estado. Araçoiaba é muito pobre, não tem indústrias, o comércio é incipiente e não dispõe de saneamento básico. A Unilever fez um projeto que tinha como objetivo melhorar a qualidade de vida da população local e alavancar um desenvolvimento sustentável para a cidade fazendo com que o IDH local se situasse, ao final do projeto, entre os dez melhores de Pernambuco. Para isso, a empresa se propôs a investir R\$ 3.000.000,00 de recursos próprios neste projeto, que deveria ter a duração de três anos, podendo eventualmente ter este prazo ampliado por mais um ano. Porém, a partir daí, o poder local, a comunidade e suas famílias deveriam assumir a responsabilidade do desenvolvimento do município.

O Instituto Unilever escolheu sete dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio definidos pela ONU em 2000, e contou com a assessoria do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD - Brasil). Para a metodologia foram selecionadas variáveis e indicadores do IDH.

Um ano antes de o projeto ter início, em 2005, a empresa deslocou uma pessoa para agregar pessoas e autoridades em torno da participação do Instituto Unilever no município, com o objetivo de iniciar um envolvimento da companhia com a sociedade local. O instituto realizou alguns eventos e atividades para mobilizar a comunidade e as autoridades locais, e também contratou consultorias específicas para as áreas necessárias, como, por exemplo, para fazer o diagnóstico do município.

A ação da empresa começou depois que foram identificadas as principais carências nos setores de saúde, educação, renda e meio ambiente, depois do estabelecimento de metas e de uma avaliação das parcerias necessárias. Estas parcerias deveriam obedecer a critérios bem determinados: ter apoio na competência específica e ter sempre contrapartidas. Assim foi feito com a Pastoral da Criança, Faculdade de Ciências Humanas de Olinda, OdontoPrev, Fundação Joaquim Nabuco e Sebrae, entre outros. As dificuldades maiores foram com o poder público estadual e municipal¹, mas ao longo do projeto elas foram sendo vencidas.

É importante ressaltar que uma equipe permanente da Unilever ficou responsável pela gestão local de cada um dos pilares do projeto, ou seja, a participação e o acompanhamento da empresa foram efetivos em todas as etapas do projeto. O projeto tentou não se afastar do princípio da sustentabilidade, escolhendo três pilares: educação, saúde e desenvolvimento econômico. Um dos meios utilizados foi ajudar a criação de associações – cinco foram criadas nesse período.

Durante o período de duração do projeto, dos oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio estabelecidos pela ONU, sete foram alcançados: a diminuição da mortalidade infantil, a melhoria da desnutrição infantil (reduzida a zero nos dois últimos anos), a melhoria nas condições de educação, da alfabetização de adultos e o acesso à água potável, dentre outros. (Unilever, 2008, p.107). Ainda que não tenha sido possível medir o IDH de Araçoiaba no final do projeto, alguns números indicam o alcance destas ações: até setembro de 2008, o projeto conseguiu o envolvimento de 550 voluntários e alcançou 3.000 famílias. 11.377 crianças e

¹ Apesar de ter sido procurado, o governo federal não se manifestou.

1.389 gestantes foram atendidas no Centro de Saúde Criança Feliz, criado pelo projeto. 10.549 atendimentos foram realizados no Centro Odontológico, criado pelo projeto em parceria com a OdontoPrev. Alfabetizou-se 1.768 pessoas (jovens, adultos e idosos). Introduziu-se a cultura do urucum, através de parceria com a Embrapa. O estudo feito pela Embrapa mostrou que o solo desta área é extremamente favorável a esta cultura. O urucum produzido nessa região esta entre os melhores produzidos no Brasil. Com isso, 47 produtores rurais plantaram 27.900 pés de urucum, o que permitiu aumentar a renda familiar. Cabe ressaltar que a Unilever não é compradora desta matéria-prima.

4.2. *Mina de Brucutu - Companhia Vale do Rio Doce*

O segundo caso apresentado é bem diferente do Projeto Mais Vida analisado acima. Ele aborda um dos projetos sociais desenvolvidos pela Fundação Vale do Rio Doce, que, em princípio, prioriza as comunidades em que a Companhia Vale do Rio Doce (CVRD) opera.

A Companhia Vale do Rio Doce foi criada, em 1942, pelo Governo Federal brasileiro e privatizada em maio de 1997, durante processo de privatização iniciado pelo Governo Fernando Henrique Cardoso. A CVRD é líder mundial na produção e comercialização de minério de ferro e pelotas, sendo atualmente a segunda maior empresa global da indústria de mineração e metais em termos de valor de mercado. A CVRD desenvolve uma série de ações voltadas ao desenvolvimento sustentado local, provavelmente buscando minimizar os impactos sociais e ambientais da atividade mineradora.

Aqui apresentamos as ações sociais desenvolvidas pela CVRD em São Gonçalo do Rio Baixo, uma cidadezinha com 8,5 mil habitantes no interior de Minas Gerais, a partir do início dos anos 2000, quando ela começou a explorar a mina Brucutu. As obras de expansão da mina de Brucutu, cuja capacidade de produção passou de sete milhões de toneladas/ano para 30 milhões de toneladas/ano, tiveram impactos importantes na vizinha Barão de Cocais. A cidade ganhou com a geração de novos empregos, a formação técnica e contratação de jovens da região, o desenvolvimento do comércio local e a instalação de uma grande concessionária de veículos, for-

necedora da Vale que se mudou para a cidade, incentivada por ela. A chegada de 6.000 homens para trabalhar no empreendimento criou enormes transtornos na cidade, que recebeu estes trabalhadores porque dispunha de infra-estrutura um pouco mais adequada do que São Gonçalo. O caos ocorreu principalmente nos serviços de saúde, transporte e segurança. O parco diálogo entre a Vale e a comunidade agravava as dificuldades e contribuía muito para a visão negativa que a Vale tinha na região.

Cabe à Fundação Vale fazer um estudo sobre as comunidades em que a companhia atua, para elaborar um diagnóstico e o plano de atuação na comunidade. Em Barão de Cocais e São Gonçalo do Rio Baixo, a Fundação iniciou uma estratégia de gestão de impactos e fez um Plano de Sustentabilidade para as duas cidades. Foi contratada uma consultoria para fazer um estudo sobre os impactos econômicos na região e elaborar um plano de investimentos para o crescimento da região. Paralelamente, a Vale abriu-se para as comunidades, fez um processo de sensibilização dos empregados e criou uma equipe específica para atuar nas relações com a comunidade. “Eles participaram dos grupos de solução conjunta, que reuniam, além de representantes da empresa, cidadãos e autoridades locais para debater as dificuldades vividas pela cidade, envolver terceiros e buscar soluções viáveis para os impactos sociais existentes no município” (COMPANHIA VALE DO RIO DOCE, 2007, p. 174).

A empresa responsabilizou-se pelos impactos causados por sua chegada e operação, e discutiu com a população sobre os problemas já existentes. Por exemplo, diante das dificuldades do hospital municipal, a Vale apontou algumas soluções que poderiam ser implementadas pela prefeitura. Em São Gonçalo, foi feita uma parceria com o Senai para fornecer cursos que preparassem os alunos para trabalhar na empresa. Além disso, a rede de ensino foi fortalecida².

2 Na apresentação do caso da mina de Brucutu, o Relatório de Sustentabilidade da Companhia Vale do Rio Doce de 2007 menciona a existência de uma universidade criada em São Gonçalo. Entretanto, não encontramos nenhuma outra referência a esta ou a qualquer outra universidade em áreas onde a companhia atua. O que encontramos foi a descrição do que a Vale chama de *Estações de Conhecimento*, que promovem atividades de educação profissionalizante, esporte e cultura para crianças e jovens locais. Como desdobramento deste programa,

4.3. Comparação entre os dois casos

A comparação entre os dois casos será feita a partir das intervenções das duas empresas em esferas públicas e a partir das parcerias feitas por ambas. Primeiramente, destacamos as singularidades de cada projeto. O Projeto Mais Vida é um projeto integrado que atingiu e transformou o cotidiano da população de Araçoiaba. O Projeto não tem relação direta com o negócio ou com alguma marca da empresa, nem ela tem unidades ali. Foi feito totalmente com recursos da Unilever, que só contou com os benefícios da Lei Rouanet, cujos recursos permitiram a construção de cinco bibliotecas na cidade, a promoção de sessões de cinema em Araçoiaba, além de ter feito o Projeto Leitura do Bem³, dentre outras ações feitas em parceria com o Instituto Brasil Leitura.

Em relação às ações da Vale, cabe ressaltar que a atividade mineradora é alvo de várias exigências legais, algumas das quais, como o estudo de impactos ambientais, devem ser feitas antes mesmo da atividade começar. A mineração causa diversos problemas para a população das áreas em que atua, como por exemplo, emissões atmosféricas, poeira e ruído, que podem ocasionar problemas de saúde, além de apresentar riscos de acidentes para os trabalhadores. Como já foi mostrado e é assinalado no Relatório de Sustentabilidade de 2007 da CVRD, o crescimento demográfico acelerado gera pressões sobre a infra-estrutura, em geral precária, em áreas de mineração, e aumenta muito a necessidade de serviços públicos.

As ações da Vale em São Gonçalo do Rio Baixo e em Barão de Cocais, indicam dois pontos: o esforço feito pela companhia para cumprir as exigências legais e os investimentos para atender às necessidades da companhia – moradias para os trabalhadores que migraram para a região, melhorias na rede escolar incipiente, melhorias na infra-estrutura, além da capacitação técnica para seus trabalhadores.

a Vale criou outro programa intitulado *Escola que Vale*, que foi implementado em Barão de Cocais. Provavelmente foi este último que promoveu a melhoria do setor de ensino - fundamental e profissionalizante - em Barão de Cocais.

3 Este projeto contou com ações itinerantes dos Mochileiros da Leitura, voluntários treinados para estimular o gosto pela leitura.

Se o objetivo do Projeto Mais Vida era melhorar o IDH e a qualidade de vida dos habitantes de Araçoiaba de forma sustentável, o projeto estimulou também o sentimento de cidadania, incentivando a participação dos moradores na discussão e busca de soluções para os problemas desta cidadezinha muito pobre. Com este objetivo, era inevitável que as ações do projeto abrangessem setores tradicionalmente cobertos pelo poder público, como a educação, a saúde e o meio-ambiente. A Unilever aproximou-se da prefeitura, secretarias municipais, conselhos municipais, igrejas e associações. O poder público, no caso a prefeitura e o governo estadual, foram acionados para que recursos públicos de direito e serviços básicos fossem disponibilizados. Ambos mostraram alguma resistência no início dos trabalhos, mas sua participação foi não só estimulada pela Unilever, como foi também cobrada uma contrapartida das ações que iam sendo realizadas pela população do município, especialmente pelos voluntários formados e envolvidos com o projeto.

A companhia contou com parcerias importantes, selecionadas a partir do diagnóstico feito no início do projeto. Os parceiros foram escolhidos de acordo com a competência que tinham e de acordo com as necessidades do momento. Uma das parcerias mais importantes, que teve desdobramentos porque orientou a formação de voluntários locais, foi a Pastoral da Criança. Sua ajuda foi essencial para diminuir a desnutrição e a mortalidade infantil. Detalhamos essa parceria para exemplificar a orientação das outras. O Instituto Unilever fornecia transporte, alimentação, doações de sementes para a multimistura, montagem da cozinha alternativa e acompanhamento das crianças no Centro de Saúde Criança Feliz. A Pastoral da Criança capacitou 60 voluntários, que atendem cerca de 100 crianças por mês com a multimistura. Hoje a Pastoral atende cerca de 250 famílias em Araçoiaba e seus voluntários recebem treinamento periódico da Coordenação Regional da Pastoral.

A situação do município não permitia que a prefeitura atendesse às necessidades básicas da população na questão da saúde. A prefeitura não conseguia os recursos regulares a que tinha direito, porque não dispunha de base de dados confiável para encaminhar as informações aos órgãos competentes. Finalmente conseguiu organizar as informações e obteve recursos que

possibilitaram a construção de cinco ambulatorios. O município teve uma forte expansão nas áreas odontológicas, laboratoriais e hospitalares. Além disso, passou a contar com vigilâncias sanitárias, ambiental e epidemiológica.

As parcerias feitas pela CVRD foram apresentadas com clareza no Relatório de Sustentabilidade. Entretanto, sabe-se que foi estabelecida parceria com as Secretarias Municipais de São Gonçalo e de Barão de Cocais, o que possibilitou a reforma das escolas da rede municipal e a criação de um centro cultural em São Gonçalo em 2007.

Com o apoio da Fundação Vale e de consultorias especializadas, a empresa implementou uma estratégia de gestão de impactos e fez um Plano de Sustentabilidade para as duas cidades. Para Barão de Cocais, a Vale elaborou um plano de investimentos para o crescimento da região, que foi discutido com a comunidade. Sob iniciativa da companhia, foram criados grupos de solução conjunta que reuniam, além de representantes da empresa, cidadãos e autoridades locais para debater as dificuldades vividas pela cidade, buscavam envolver terceiros e buscar soluções viáveis para os impactos sociais existentes no município.

A Vale assumiu a responsabilidade pelos impactos causados pela sua chegada e atuação e discutiu com a população a responsabilidade dos problemas já existentes. Os problemas decorrentes do aumento do fluxo de tráfego foram resolvidos com a orientação de uma consultoria especializada e o projeto foi totalmente financiado pela empresa. (COMPANHIA VALE DO RIO DOCE, 2007, p.175). A Vale auxiliou também a secretaria municipal de saúde a encontrar soluções para que elas fossem implantadas pelo poder público. Diante dos dados disponíveis para a CVRD, podemos nos questionar se algumas ações não tiveram origem nos Termos de Ajustamento de Conduta, se eram medidas preventivas ou compensatórias aos danos causados ao meio-ambiente.

Cabe ainda ressaltar que nenhuma das duas empresas entra na composição do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)⁴

4 O ISE foi criado em 2005, com base no conceito Triple Botton Line, que avalia de forma integrada elementos ambientais, sociais e econômico-financeiros.

da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Este índice só inclui empresas que tenham ações na Bovespa⁵, que tenham alto grau de comprometimento com sustentabilidade e responsabilidade empresarial. Para entrar neste índice, elas respondem a um questionário enviado pela Bovespa às empresas emissoras das 150 ações mais líquidas da Bolsa, que posteriormente é avaliado por várias entidades. Dentre as empresas que compõem o ISE estão a Natura, a Sadia, a Gerdau Met, o Banco do Brasil e a OdontoPrev (uma das parceiras do Instituto Unilever no Projeto Mais Vida).

5. Conclusão

Os dois casos analisados, embora extremamente diferentes, ressaltam a fragilidade das instituições públicas. Tanto em Araçoiaba quanto em São Gonçalo do Rio Baixo e em Barão de Cocais, os órgãos públicos foram estimulados e auxiliados pelas empresas a realizar aquilo que lhes cabia, ou seja, dar uma mínima cobertura de saúde e educação à população dos municípios. Em Araçoiaba estas ações foram mais efetivas acredita-se, por causa da rede social e do amplo leque de parcerias que foi organizada em torno do Projeto Mais Vida. Mas a Vale também tomou a iniciativa de procurar órgãos municipais e de auxiliar a secretaria de saúde de Barão de Cocais a buscar recursos e soluções para seus problemas, além de arcar com os custos da consultoria para resolver os problemas do aumento do fluxo de tráfego na cidade.

Em termos de referenciais analíticos, consideramos que o Projeto Mais Vida não se relaciona com a cadeia de valor da companhia como propõem Porter e Kramer (2006), nem estão ligados intimamente aos interesses da Unilever. Na tipologia proposta por Cheibub e Locke, que tomamos como uma construção de tipos ideais, o projeto enquadrar-se-ia mais no modelo de RSE Progressista, que define os beneficiários potenciais da ação social de forma a incluir atores não diretamente relacionados às atividades produtivas da empresa. Se considerarmos que no caso de Araçoiaba, a

5 Este não é o caso da Unilever, cujas ações são negociadas nas bolsas de Nova York e de Londres.

Unilever não queria apenas doar, mas construir uma nova realidade sustentável para aquela comunidade, diríamos que esta ação também responde a uma motivação de ordem moral, valorativa dos *shareholders*, e se enquadra também no modelo da Filantropia. Cabe ressaltar que para atingir seus objetivos, a Unilever não abriu mão de acompanhar, monitorar e avaliar os resultados obtidos no projeto que direcionou sua ação.

Utilizando os mesmos referenciais analíticos, o trabalho feito pela Vale em São Gonçalo do Rio Baixo e em Barão de Cocais situa-se no tipo de RSE Produtivista, uma vez que as ações realizadas foram absolutamente necessárias ao exercício de suas atividades no local. A motivação da CVRD foi claramente instrumental e agregou valor à companhia. As palavras do atual presidente da companhia, Roger Agnelli parecem corroborar nossa análise:

Responsabilidade social para a Vale do Rio Doce é uma questão estratégica. Porque você não sustenta uma empresa de recursos naturais no longo prazo se não for bem aceito na comunidade, se não for bem percebido e não atuar de forma decisiva no destino daquela comunidade onde você está. Não existem mais guetos, enclaves, isso não funciona. Você tem que se abrir, tem que se relacionar, ser transparente.[...]Não passa mais a ser uma questão assistencialista das empresas, e sim estratégica (PILLAR, 2006, p.47).

Acreditamos que parte do sucesso do Projeto Mais Vida se deve à presença da empresa no município e ao monitoramento das ações pela equipe da Unilever. Cabe agora ver se a comunidade e o poder local sustentarão estas transformações ao longo dos próximos anos, sem a presença da empresa.

Se o Projeto Mais Vida não agregou o mesmo tipo de valor para a Unilever do que as ações da Vale nos dois municípios mineiros, este projeto obriga-nos a fazer uma séria reflexão a respeito de nossas políticas públicas, porque, segundo a companhia,

os 3 milhões de reais investidos pela Unilever no Projeto durante os três anos significou uma relação custo-benefício positiva, quando se divide este valor pela população beneficiada. O custo médio por pessoa/ano foi de R\$ 34,00. Se somar aos 3 milhões do Instituto Uni-

lever os gastos feitos pela prefeitura para o Projeto, o custo médio por pessoa/ano vai para R\$ 51,00 (UNILEVER, 2008, p. 111).

Recebido em 10.7.2009

Aprovado em 26.8.2009

Referências

CHEIBUB, Z. & LOCKE, R. (2002) *In*: KIRSCHNER, A.M.; GOMES, E. & CAPPELLIN, P. **Empresa, empresários e globalização**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

COMPANHIA VALE DO RIO DOCE. **Relatório de Sustentabilidade**. 2007.

COSTA, M.A.N. **Mudanças empresariais no Brasil contemporâneo: o investimento social privado na saúde é uma nova forma de solidariedade?** Rio de Janeiro. Tese de Doutorado (Planejamento Urbano e Regional, IPPUR). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

KIRSCHNER, A.M. La responsabilidad social de la empresa. **Nueva Sociedad**, 202. p. 133-142, 2006.

PILLAR, I.A. **Responsabilidade social empresarial: análise da experiência brasileira a partir de casos selecionados**. Rio de Janeiro. Monografia de Bacharelado (Instituto de Economia). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

PORTER, M. & KRAMER, M. Estratégia e Sociedade. **Harvard Business Review**, p.134-166, 2006.

REVISTA EXAME. **Por que a Unilever quer salvar esta cidade**. 29.06.2006

RIBAS, C.F. **Subsídios para um modelo de sistema de gestão de responsabilidade social nas empresas**. Niterói. Dissertação (Sistemas de Gestão). Universidade Federal Fluminense, 2008.

SAINSAULIEU, R. & SEGRESTIN, D. Vers une théorie sociologique du travail. **Sociologie du travail**, 1986.

Torres da Silva, C.V. **Entre o bem estar social e o lucro**. Histórico e análise da Responsabilidade Social das Empresas através de algumas

experiências selecionadas de 'Balanço Social'. Niterói. Dissertação de Mestrado (Ciência Política, PPGACP). Universidade Federal Fluminense, 2000.

UNILEVER. **Projeto Mais Vida**. São Paulo, 2008.

UNILEVER. **Desenvolvimento e vitalidade: Projeto Mais Vida**, DVD Institucional, 2008.

Abstract

Considerations on socially responsible business within contexts of inequality and exclusion

In Brazil, socially-responsible business has been encouraged by the state. Businesses today must confront ethical challenges regarding their economic, social and environmental dimensions and must relate to governments and communities, even as a way of attaining social legitimacy. However, we must also be aware that it has become common for public powers to appeal to the business sector as a source of financial assistance. The cases we have analyzed – the “*Mais Vida*” Project developed by the Unilever company in Araçoiaba (PE) and the work done around the Brucutu Mine in São Gonçalo do Rio Baixo (MG) by the Vale do Rio Doce company – were chosen because of the partnerships they have established.

Keywords: social responsibility of business, legal obligations, partnerships, community, public power.