

UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

IVELISE RASERA BRAGATO

PERCEPÇÕES DE AGENTES SOCIAIS SOBRE AS PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM USINAS DE AÇÚCAR E
ÁLCOOL

PIRACICABA
2008

IVELISE RASERA BRAGATO

PERCEPÇÕES DE AGENTES SOCIAIS SOBRE AS PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM USINAS DE AÇÚCAR E
ÁLCOOL

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração.

Campo de conhecimento:
Estudos Organizacionais

Orientador: Prof^ª. Dra. Dalila Alves Corrêa

PIRACICABA
2008

Bragato, Ivelise Rasera.

Percepções de agentes sociais sobre as práticas de responsabilidade social corporativa em usinas de açúcar e álcool/ Ivelise Rasera Bragato. – 2008.

143f.

Orientador: Dalila Alves Corrêa.

Dissertação (mestrado) – Faculdade de Gestão e Negócios – Universidade Metodista de Piracicaba.

1. Responsabilidade Social Corporativa. 2. Setor Sucroalcooleiro. 3. Identidade Individual e Social. 4. Imagem Organizacional. I. Correa, Dalila Alves. II. Dissertação (mestrado) – Universidade Metodista de Piracicaba. III. Título.

IVELISE RASERA BRAGATO

PERCEPÇÕES DE AGENTES SOCIAIS SOBRE AS PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM USINAS DE AÇÚCAR E
ÁLCOOL

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Metodista de Piracicaba, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Administração.

Campo de conhecimento:
Estudos Organizacionais

Data de aprovação:
05/12/2007

Banca examinadora:

Prof. Dra. Dalila Alves Corrêa (orientadora)
Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers
Universidade Metodista de Piracicaba

Prof. Dra. Mirian Rumenos Piedade Bacchi
Universidade de São Paulo

Dedico

A Deus

A mim

A minha família

Ao meu namorado, Alexandre

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela força física, mental e espiritual nos momentos de desespero, medo e fraqueza durante esses três anos.

A minha família, pela compreensão, apoio e paciência neste período.

Ao Alexandre, meu namorado, pelo extremo entendimento nesta nova etapa da minha vida pessoal e profissional, intensificando meu amor por ele.

Aos meus amigos, muito importantes para mim, mesmo que alguns a distância.

A minha orientadora Profa. Dra. Dalila Alves Corrêa, pela orientação desse trabalho para que o mesmo tivesse um bom resultado.

À amiga e Profa. Dra. Elisabete Stradioto Siqueira, que ensinou-me a arte da pesquisa e da ciência. Agradeço muito a você.

Aos professores Mirian Rumenos Piedade Bacchi, Heloisa Lee Burnquist e Geraldo Sant'Anna de Camargo Barros da ESALQ/USP, pelo estímulo e ajuda nessa nova trajetória.

Ao Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA) da ESALQ/USP e aos colegas do CEPEA, pela ajuda inesgotável em todos os momentos.

Às empresas, que participaram da pesquisa de campo. O meu muito obrigada pela atenção, disponibilidade e confiança.

E, finalmente, a mim, pela persistência, dedicação e credibilidade em transformar um sonho em realidade.

“O poder nasce do querer. Sempre que o homem aplicar a veemência e perseverante energia de sua alma a um fim, vencerá os obstáculos, e, se não atingir o alvo fará, pelo menos, coisas admiráveis.”

Dale Carnegie

RESUMO

A relação entre o desenvolvimento de ações sociais e os impactos na percepção dos beneficiários externos da organização é o tema desta pesquisa, tomando como objeto de estudo usinas paulistas de açúcar e álcool. As questões que este estudo coloca são: (1) qual é a percepção que o público externo constrói sobre as externalidades negativas produzidas pela atividade canavieira e as práticas de ações sociais das usinas de açúcar e álcool?; Como essa percepção corrobora para a formação da imagem organizacional do ponto de vista do público externo? O objetivo geral da pesquisa é analisar a percepção das pessoas da comunidade sobre o desenvolvimento de ações sociais oferecidas por usinas de açúcar e álcool. Para responder a tal pergunta, realizou-se um estudo exploratório, seguido de uma pesquisa descritiva. Utilizou-se, num primeiro momento, dados primários e secundários para apoiar o delineamento dos procedimentos metodológicos desta proposta. Esses foram extraídos do relatório intitulado “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, da Unica, em 2004. Posteriormente, a pesquisa descritiva foi desenvolvida junto aos indivíduos da comunidade e que são beneficiados por ações sociais das usinas. A amostra foi não-probabilística focada na conveniência da pesquisadora, com a realização de entrevistas semi-estruturadas pela mesma com auxílio de um roteiro de perguntas aplicado às pessoas residentes na comunidade e que são diretamente beneficiadas pelas ações sociais de usinas. Os resultados mostraram que o oferecimento de projetos sociais é uma forma de as usinas compensarem os impactos negativos produzidos no meio ambiente. A questão das externalidades se mostra como o ponto de confluência para a geração da dicotomia no modo de vida das pessoas dessas comunidades, dividido entre o desfrutar dos benefícios gerados pelos projetos sociais das usinas e o conviver com a realidade resultante dos impactos negativos. A identidade social das duas usinas é revelada por meio de imagens que se relacionam à atividade produtiva, à provedora de empregos e renda e à emissora de impactos negativos. Assim, os projetos sociais oferecidos pelas usinas são coadjuvantes, pois não são explicitamente mencionados pelos sujeitos da pesquisa. Desse modo, a construção da imagem organizacional das usinas pela comunidade externa beneficiada pelos seus projetos sociais é também um contexto dicotômico pautado, de um lado, pelas facilidades propiciadas e, de outro, pelas repercussões dos impactos negativos da atividade produtiva.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social Corporativa, Setor Sucroalcooleiro, Identidade Individual e Social, Imagem Organizacional.

ABSTRACT

The relation between the development of social actions and the impacts on the perception from beneficiaries outside the organization compose the theme of this research, taking as a study case the sugarcane mills in São Paulo state. The questions this study poses are: (1) what is the perception that the external public builds about the negatives externalities produced by the sugarcane activity and the practices of social activities of the sugarcane mills? How this perception contributes to the formation of an organizational image from the people from the community? The general aim of this study is analyze the perception of people from the community about the development of social actions offered by the sugarcane mills. In order to answer such question, it was developed an exploratory study, and, at second, a descriptive research. It was used, at first, primary and secondary data to support the delineating of the methodological procedures of this proposal. These was obtained from a report under the title of “Sugar and ethanol: social responsibility in a case of sustainable development”, publish by Unica in 2004. Later, a descriptive study was conducted with people from the community and that are benefited by the social actions developed by the sugarcane mills. The sample was randomly focused on the convenience of the researcher, through the use of semi-structured interviews carried out by the author herself with the use of a schedule of questions applied to the external public directly benefited by the social actions developed by the sugarcane mills. The results showed that the social actions offered are a way for the sugarcane mills to offset negative impacts on the environment. Externalities presented themselves as a point of confluence for the generation of dichotomy in the behaviors of people from the community, shared between enjoying the benefits resulted from the social projects developed by the sugarcane mills and dealing with the reality of the negative impacts. The social identity of the two sugarcane mills is defined through the productive activity, as employment and income sources and by the negative impacts produced. Thus, the social projects offered by these companies are secondary, because they are not explicitly mentioned by the citizens in the research. Therefore, building up of the sugarcane mills’ organizational image by the external community that received the benefits from the social projects is also a dichotomy context based, on the one hand, on the facilities offered and, on the other hand, on the repercussions from the negative impacts created by the productive activity.

KeyWords: Corporate Social Responsibility, Sugar and Ethanol Sector, Individual and Social Identity, Organizational Image.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Impactos da cultura canavieira no meio ambiente.....	20
Quadro 2 – Questões preocupantes relacionadas à atividade canavieira.....	21
Quadro 3 – Fases de discussão de RSC.....	31
Quadro 4 – Formas de imagem.....	49
Quadro 5 – Demonstrativo das áreas de atuação/número de projetos desenvolvidos pelas usinas associadas à Unica.....	75
Quadro 6 – Resumo das características organizacionais e sociais das usinas 14 e 45.....	95

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Cronograma da redução da queima da cana.....	68
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo bidimensional de responsabilidade social corporativa.....	35
Figura 2 – Estrutura da Fundação da usina 14.....	86
Figura 3 – Estrutura organizacional da usina 45.....	91

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- ADCE** - Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
- APA** - Áreas de Proteção Ambiental
- APAE** – Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais
- APP** - Áreas de Preservação Permanente
- BSR** - *Business for Social Responsibility*
- CEI** - Centro de Educação Infantil
- CEPAA** - *Council on Economic Priorities Accreditation Agency*
- CEPEA** - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada
- CLT** - Consolidação das Leis do Trabalho
- CNA** - Confederação Nacional da Agricultura
- CONAMA** - Conselho Nacional do Meio Ambiente
- EIA** – Estudos de Impacto Ambiental
- ELC** – Estatuto da Lavoura Canavieira
- EMBRAPA** - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
- FAESP** - Federação da Agricultura do Estado de São Paulo
- FBA** - Franco Brasileira de Açúcar e Álcool S/A
- Gappa** - Grupo de Apoio ao Portador e Prevenção da Aids
- GEE** - Gases de Efeito Estufa
- GI** – Gerenciamento de Impressões
- GIFE** - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
- HACCP** - *Hazard Analysis and Critical Control Points*
- IAA** - Instituto do Açúcar e do Álcool
- ImO** – Imagem Organizacional
- IO** - Identidade Organizacional
- IPEA** - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
- ISO** – *International Organization for Standardization*
- LDB** - Lei de Diretrizes e Bases
- MTE** - Ministério do Trabalho e Emprego
- OCDE** - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico
- OHSAS** - *Occupational Health and Safety Assessment Series*
- OMS** – Organização Mundial do Comércio
- ONG** – Organização não-governamental

ONU - Organização das Nações Unidas

PAS – Plano de Assistência Social

PETI - Programa de Erradicação do Trabalho Infantil

PIB - Produto Interno Bruto

PSCV - Programa de Serviço Civil Voluntário

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais

RIMA - Relatório de Impacto Ambiental

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SAI – *Social Accountability International*

SIAESP – Sindicato da Indústria do Açúcar no Estado de São Paulo

SIFAESP - Sindicato das Indústrias de Fabricação do Álcool do Estado de São Paulo

SIG - Sistema Integrado de Gestão

SMA-SP - Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo

Teas – Terminal de Exportação de Álcool Santos

UNICA - União da Indústria de Cana-de-Açúcar

VHP – *Very high polarization*

VIP - Voluntários Internos da usina 45

ZVS - Zona de Vida Silvestre

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
1.1 Problema do Estudo.....	19
1.2 Objetivos do Estudo.....	22
1.3 Justificativa do Estudo.....	23
1.4 Metodologia do Estudo.....	24
1.5 Estrutura do Estudo.....	24
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	26
2.1 Contexto Histórico.....	26
2.2 Etapas Históricas do Conceito.....	29
2.3 RSC no Campo da Gestão Empresarial.....	37
3 IDENTIDADE E IMAGEM ORGANIZACIONAL	41
3.1 Conceito de Identidade.....	41
3.2 Dimensões da Identidade.....	44
3.2.1 Identidade social.....	44
3.2.2 Identidade organizacional.....	45
3.3 Relação entre Identidade e Imagem Organizacional.....	48
3.4 Relação entre Identidade e Imagem Organizacional e RSC.....	52
4 O SETOR SUCROALCOOLEIRO NO BRASIL	56
4.1 Surgimento da Atividade Canavieira no País.....	56
4.2 A Legislação Sucroalcooleira e o Surgimento da Preocupação Social.....	58
4.3 Caracterização do Setor Sucroalcooleiro.....	63
4.3.1 Dimensão econômica.....	63
4.3.2 Dimensão social: aspectos favoráveis.....	64
4.3.3 Dimensão social: aspectos desfavoráveis.....	65
4.3.4 Dimensão legal: licenciamento ambiental.....	66
4.3.5 Dimensão legal: queimada da cana.....	67
4.3.6 Dimensão legal: legislação trabalhista.....	69
4.3.7 Dimensão ambiental: impactos positivos.....	70
4.3.8 Dimensão ambiental: impactos negativos.....	71

5 METODOLOGIA DA PESQUISA	73
5.1 Tipologia da Pesquisa.....	73
5.1.1 Estudo exploratório.....	74
5.1.2 Estudo descritivo.....	76
5.2 Universo da Pesquisa e Procedimento Amostral	77
5.3 Identificação e Composição do Público Externo.....	79
5.4 Instrumento de Coleta de Dados.....	79
5.5 Análise e Tratamento dos Dados.....	81
6 APRESENTAÇÃO DAS USINAS PARTICIPANTES DO ESTUDO	83
6.1 Usina 14.....	83
6.1.1 Gestão dos projetos sociais.....	84
6.1.2 Projetos sociais desenvolvidos.....	87
6.1.3 Reconhecimentos das práticas socialmente responsáveis.....	89
6.2 Usina 45.....	89
6.2.1 Gestão dos projetos sociais.....	90
6.2.2 Projetos sociais desenvolvidos.....	92
6.2.3 Reconhecimentos das práticas socialmente responsáveis.....	95
7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	97
7.1 Planejamento das Entrevistas.....	97
7.2 Observações de Campo.....	98
7.3 Variáveis da Entrevista.....	99
7.4 Depoimentos dos Participantes.....	99
7.4.1 Entrevistas realizadas com participantes vinculados à usina 45.....	99
7.4.2 Entrevistas realizadas com participantes vinculados à usina 14.....	105
7.5 Análise dos Dados.....	115
7.5.1 Perfil dos participantes da pesquisa.....	115
7.5.2 Análise sobre a percepção dos participantes.....	116
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127

APÊNDICE A – Área de atuação <i>versus</i> número de ações sociais.....	137
APÊNDICE B – Roteiro da entrevista.....	139

1. INTRODUÇÃO

A relação entre o desenvolvimento de ações sociais pelas usinas de açúcar e álcool do Estado de São Paulo e os impactos percebidos pela comunidade (neste estudo, denominada de público externo) frente às externalidades produzidas pelas unidades produtoras é o tema desta pesquisa, tomando como objeto de estudo o setor sucroalcooleiro brasileiro.

Nesse sentido, uma breve contextualização sobre a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é apresentada a seguir.

A lógica econômica predominante do século XX foi caracterizada pela introdução de novas tecnologias, a qual pode resultar em desemprego a partir da utilização de práticas de redução nos postos de trabalho; pela ênfase no mercado internacional em oposição ao doméstico; pelas reorganizações nas empresas com a finalidade de ampliar a produtividade e não a produção (CEVOLI, 1999).

Tal perspectiva produziu no contexto social uma série de ameaças em relação ao futuro e problemas socioeconômicos que carecem de medidas urgentes, pois os principais focos de degradação estão na dimensão ambiental e social.

A busca de solução para tal fato tem sido procurada no plano técnico, no âmbito de alternativas tecnológicas que contribuam para a reversão do quadro de deterioração e também da postura gerencial, principalmente no que diz respeito à construção de uma nova imagem no campo empresarial, que poderia se constituir em uma racionalidade orientada em valores mais equilibrados na sua relação com a sociedade a longo prazo (ANDRADE, TACHIZAWA e CARVALHO, 2002).

A esse respeito, Melo Neto e Froes (2001, p.4-6) comentam que a modificação dessa racionalidade implicaria na mudança da racionalidade empresarial. Assim, a saída encontrada foi a criação de uma nova lógica e uma racionalidade social. Ela surge não para substituir a lógica econômica globalizante, mas para atenuar seus efeitos e diminuir seus riscos sistêmicos.

Nesse sentido, o conceito de RSC surge na tentativa de reduzir os impactos que as organizações produzem sobre a sociedade (DRUCKER, 1999). Para o Instituto Ethos (2007), RSC é definida como

uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as

gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Diferentemente de Friedman (1970), Drucker (1999) destaca que ainda que o desempenho econômico seja uma função primordial da empresa, ele não é considerado único.

É inútil alegar que uma empresa tem somente uma responsabilidade: o bom desempenho econômico. O bom desempenho econômico é a primeira responsabilidade de uma empresa. Uma empresa que não apresente um lucro no mínimo igual ao seu custo de capital é socialmente irresponsável. Ela desperdiça recursos da sociedade. O desempenho econômico é a base; sem ele, a empresa não pode cumprir nenhuma outra responsabilidade, nem ser uma boa empregadora, uma boa cidadã (DRUCKER, 1999, p.90-91).

Tanto para Melo Neto e Froes (1999, p.81) quanto para Drucker (1999), as organizações são responsáveis pelos impactos que produzem na sociedade. Toda ação organizacional, em alguma medida, resulta em externalidades positivas e/ou negativas no meio social, uma vez que os recursos naturais, os capitais financeiros e tecnológicos, a capacidade de trabalho e a organização do Estado são produzidos e mantidos pela natureza e pela sociedade. Assim, a organização tem por obrigação “no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos”.

Diferentemente de Drucker (1999), esses autores distinguem a materialização da responsabilidade. Consideram que a eficiência na utilização dos recursos, o desempenho econômico e o tratamento dos impactos sociais não são capazes de reconstituir o todo social. Ou seja, nem sempre esses fatores respondem à completude dos efeitos sistêmicos dos impactos que podem produzir. Por isso, Melo Neto e Froes (1999) defendem a idéia de que a organização é responsável por contribuir com a manutenção de uma sociedade saudável por meio de um mecanismo que caracterizam como “compensação das perdas da sociedade”:

O raciocínio lógico é simples: se a empresa obtém recursos da sociedade, logo, é seu dever restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços vendidos, mas, principalmente, através de ações voltadas para a solução de problemas sociais que afligem esta sociedade.

No caso das usinas de açúcar e álcool, Rui (2004) comenta que a temática RSC foi introduzida, num primeiro momento, como uma ação filantrópica na década de 40, quando o “usineiro” exercia poderes decisórios na vida da comunidade. Com a formação de negócios familiares através da administração de fazendas de cana-de-açúcar, as empresas rurais passaram a ser as principais responsáveis pelos fatores sociais e culturais da região onde estavam localizadas, principalmente nas pequenas cidades. Surgia, então, o auxílio na

construção de igrejas, a participação na vida pública (prefeitos e vereadores), a construção de praças públicas, cinemas, criação e manutenção de times de futebol, festas juninas e natalinas nas fazendas e a gratificação espontânea de Natal.

O autor complementa que, na década de 60, o Estado interferiu nas políticas social e filantrópica dos empresários do setor sucroalcooleiro (até então, chamados de usineiros) e promulgou a lei nº. 4.860 de 1965, obrigando a aplicação de 1% da produção de cana, 1% da produção e comercialização do açúcar e 2% da produção e venda do álcool em benefícios sociais para colaboradores e dependentes.

É nesse contexto de busca de compreensão sobre a relação entre as ações sociais desenvolvidas pelas usinas e seus impactos no público externo que se desenvolve o presente estudo. Seu enfoque recairá nas externalidades lançadas sobre as comunidades a partir dos processos produtivos. O interesse de pesquisa está em observar como essas externalidades são percebidas pelas pessoas da comunidade beneficiadas pelas ações sociais desenvolvidas pelas usinas.

1.1 Problema do Estudo

Como em qualquer outro processo produtivo, algumas externalidades negativas de ordens social, econômica e ambiental podem ser destacadas na atividade canavieira. Caron (1999, p.2) comenta que

tal cultura agrícola apresenta problemas de exclusão social, principalmente devido à mecanização da colheita da cana. Além do impasse social e ambiental: para não queimar a palha da cana a colheita deve ser mecanizada e, com isso, trabalhadores braçais são dispensados.

No tocante à dimensão ambiental, têm-se demonstrado que, durante a queimada da cana-de-açúcar, a qualidade do ar é prejudicada nas regiões canavieiras devido à liberação de gases poluentes como monóxido e dióxido de carbono e ozônio. Como consequência, aumentam as ocorrências de casos de doenças respiratórias nesses locais (ROMANACH e CARON, 1999).

Além da poluição atmosférica, Guedes, Gallo e Martins (2002) citam outras práticas desfavoráveis da atividade canavieira, como a intensificação do uso e da ocupação da terra, o potencial de degradação do solo e dos rios, o uso da água pelas usinas sem retorno aos corpos d'água, entre outras.

Um estudo da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (2000) avaliou os impactos da cultura canavieira nos meios físicos (ar, solo e água) e na fauna, levando em conta os fatores alimento, abrigo e reprodução. A análise, que considerou a cana já queimada, foi elaborada com base numa escala de valores de cinco pontos, quais sejam: 1 - nenhum impacto; 2 - baixo impacto; 3 - médio impacto; 4 - alto impacto; e 5 - altíssimo impacto. O Quadro 1 demonstra os resultados dessa pesquisa.

Meio Físico		Externalidades	Escala de valores (avaliação)
Ar		Odores	2
		Fumaça	2
		Poeira	3
		Alergênicos	3
Solo		Conservação	5
		Recobrimento	5
		Adensamento	4
		Perda	3
		Sais	2
		Biológicos	1
Água		Agrotóxicos	1
		Sais	1
		Biológicos	1
	Agrotóxicos	1	
Fauna	<u>Alimento</u>	<u>Abrigo</u>	<u>Reprodução</u>
Mamíferos	3	2	2
Aves	1	2	2
Répteis	3	3	3
Anfíbios	1	1	1
Invertebrados	2	2	2

Quadro 1 – Impactos da cultura canavieira no meio ambiente

Fonte: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (2000)

Quanto ao solo, Macedo (2000) aponta como externalidade negativa da atividade canavieira a produção de resíduos industriais, como a vinhaça, considerada um líquido poluente e corrosivo. Apesar de ser benéfica para o aumento de magnésio, cobre, zinco e

manganês, a vinhaça é prejudicial ao solo, visto que atinge a camada dos lençóis freáticos, contaminando a água para o consumo humano.

Ainda nessa linha, Ferraz (2000) atribui a contaminação do solo ao uso de adubos, fertilizantes, herbicidas, inseticidas, fungicidas e corretivos, que podem resultar no acúmulo de nutrientes, metais pesados e nitrogenados. O autor comenta também a questão das queimadas, considerada uma prática que destrói a microbiota (reduzindo a unidade e a porosidade), aumentando a compactação e, conseqüentemente, a erosão do solo. Outras questões preocupantes são identificadas no Quadro 2.

Externalidades negativas
Aumento do índice de desemprego diante do uso da mecanização em detrimento da queimada e da reestruturação do processo produtivo (uma mesma usina operando com menor número de trabalhadores).
A exploração da mão-de-obra denunciada pelas condições precárias e desumanas de trabalho com longas jornadas, ausência de treinamento e conscientização para uso de equipamentos de proteção, alimentação inadequada, baixos salários, fraudes nas medições no trabalho, levando à sub-mensuração da produtividade do trabalhador.
A sazonalidade dos postos de trabalho durante o período de entressafra, visto que a monocultura da cana e a concentração fundiária reduzem outras formas de ocupação produtiva nas áreas de influência dos canaviais.
O choque cultural e a reestruturação familiar (as moradias passam a ser muitas vezes alojamentos) resultantes do deslocamento de agricultores para a zona urbana ou de trabalhadores para o meio rural no período da safra.

Quadro 2 – Questões preocupantes relacionadas à atividade canavieira

Fontes: Caron (1999); Ferraz (2000); Paixão (2000); Gonçalves (2005); Sallum (2005); Narikawa (2006); Vialli (2007).

Elaboração própria

Levantados os principais problemas da atividade canavieira, este estudo volta-se aos impactos das externalidades geradas por esse processo produtivo à luz da RSC desenvolvida pelas empresas que atuam nesse setor. Parte-se da idéia que tais externalidades impactam a dimensão social e ambiental e, em decorrência, gera um campo de reflexão para os atores sociais conceberem e repensarem a avaliação dos nexos entre organizações e sociedade. E é nessa perspectiva que o tema RSC será abordado.

De um lado, considera-se a unidade produtora – usina de açúcar e álcool – e, de outro, a comunidade com a qual ela mantém vínculos na forma de oferecimento de ações sociais. Tais ações devem ser entendidas como produtos de projetos sociais desenvolvidos pelas usinas e que também funcionam como possíveis atenuantes das externalidades negativas que lançam sobre as comunidades.

Na perspectiva de Clarkson (1995, p.15), a comunidade é formada por indivíduos que são pessoas ou grupos de fora da empresa com as quais ela se relaciona, como consumidores, governo, comunidade, fornecedores, clientes e *shareholders* e têm propriedades, direitos ou interesses na organização e nas suas atividades.

Assim, considera-se que as externalidades e as ações sociais produzidas por usinas aguçam o juízo de valor das pessoas, levando-as a (re)construir suas percepções sobre o vínculo que elas mantêm com essas organizações, passando também a interferir na manutenção da imagem que estabelecem nessa relação.

Nesse contexto, as questões que esse estudo coloca são:

- Qual é a percepção que o público externo constrói sobre as externalidades negativas produzidas pela atividade canavieira e as práticas de ações sociais das usinas de açúcar e álcool?;
- Como essa percepção corrobora para a construção da imagem organizacional do ponto de vista desses atores sociais?.

1.2 Objetivos do Estudo

O objetivo geral do estudo é analisar a percepção das pessoas da comunidade sobre o desenvolvimento de ações sociais oferecidas por usinas de açúcar e álcool.

Quanto aos objetivos específicos, o estudo busca:

- Distinguir ação social de responsabilidade social através do conceito de alguns autores citados nesta pesquisa;
- Identificar e analisar a percepção do público externo (indivíduos da comunidade) diretamente beneficiado pelas ações sociais das empresas na perspectiva dos impactos produzidos pelas unidades produtoras;
- Caracterizar e compreender o papel dos projetos sociais desenvolvidos pelas duas usinas pesquisadas na construção da identidade social.

1.3 Justificativa do Estudo

O setor sucroalcooleiro no Brasil é considerado evidente propulsor de desenvolvimento, com expressiva dimensão social e base de sustentação econômica do País. A cultura da cana-de-açúcar tem permitido o crescimento e a manutenção de pólos sociais organizados, desenvolvimento do comércio e de serviços e melhoria da qualidade de vida em centenas de municípios brasileiros.

O agronegócio brasileiro responde por 20,6% do Produto Interno Bruto (PIB) e gera 14% dos empregos totais do País. Apenas a atividade canavieira responde por 35% do PIB do agronegócio e reúne 6% dos empregos agroindustriais brasileiros. A atividade canavieira do Brasil emprega cerca um milhão de pessoas de forma direta e, aproximadamente, 4 milhões indiretamente. O Estado de São Paulo participa com 400 mil empregos diretos, dos quais 95% dos trabalhadores paulistas possuem carteira assinada. Computando também os empregos indiretos, perfaz-se 1,2 milhão de empregos apenas no Estado de São Paulo (UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR, 2004, p.11).

Dessa forma, o trabalho é relevante devido à originalidade no campo da Administração, pois, trata a questão da RSC com foco na percepção dos beneficiários externos e nos impactos sobre a Imagem Organizacional (ImO). Outro aspecto importante para o estudo organizacional é a oportunidade de estudar a realidade do agronegócio brasileiro, uma das maiores atividades da economia nacional e responsável pelo superávit da balança comercial do Brasil, enfatizando o Estado de São Paulo, maior produtor e exportador de açúcar e álcool do País (BARROS e SILVA, 2007).

O trabalho também aborda as diferenças entre o conceito de ação social e o de RSC, tratados incorretamente como sinônimos em muitos estudos dessa natureza e, portanto, não lida com as externalidades negativas, que seria um fator fundamental para a reversão do quadro de degradação provocado pela ação empresarial.

Além de representar um crescimento profissional à autora, que atua na área sucroalcooleira, o desenvolvimento deste trabalho possibilitou a continuidade dos seus estudos na gestão empresarial. Destaca-se, desse modo, a relevância do exercício da pesquisa científica, propiciado pela vivência do ambiente acadêmico, para o processo de capacitação profissional da pesquisadora.

Para as empresas do setor que sediou a pesquisa, esse estudo sistemático pode ser utilizado nas discussões sobre a condução de novas práticas de ações sociais em outros

campos de atuação menos desenvolvidos pelas usinas. Àquelas unidades produtoras que ainda não adotam tais iniciativas, o estudo trará diversos exemplos que poderão servir de motivação.

1.4 Metodologia do Estudo

Trata-se de uma pesquisa qualitativa desenvolvida através de um estudo exploratório e um estudo descritivo.

O estudo exploratório foi realizado com o objetivo de reunir dados para a constituição do problema de pesquisa e dos procedimentos metodológicos *a posteriori*. Seu desenvolvimento ocorreu através de consulta a dados secundários e geração de dados primários. Aqueles foram obtidos do relatório “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, publicado pela União da Indústria da Cana-de-Açúcar (Unica), em 2004. Já os dados primários foram gerados por meio de entrevistas em profundidade conduzidas pela pesquisadora, com profissionais das duas usinas. Ambas as modalidades de coleta de dados foram fundamentais para a concepção do estudo.

O estudo descritivo, realizado após a revisão bibliográfica e o delineamento metodológico, foi conduzido junto ao público externo, ou seja, pessoas residentes nas comunidades onde as usinas mantêm ações sociais. Esse contato junto a tais comunidades foi feito por meio de entrevistas realizadas pela própria pesquisadora com base num roteiro de questões previamente descritas. Nesse sentido, essa coleta de dados teve também o caráter de observação sistemática e direta, trata-se, portanto, de dados qualitativos. O desenho de todos os procedimentos metodológicos é apresentado no capítulo 5.

1.5 Estrutura do Estudo

O presente estudo está estruturado em 9 capítulos, considerando esta introdução.

O **Capítulo 2** apresenta uma discussão sobre o conceito de RSC, procurando focá-la em diferentes contextos históricos e sociais. Constitui-se também num alicerce para discutir a relação entre Identidade Organizacional (IO) e Imagem Organizacional (ImO) no capítulo 3. O primeiro subitem refere-se à revisão de literatura sobre RSC, com a apresentação do contexto e das etapas históricas, que contribuirá para o entendimento da prática nos ambientes organizacionais. A busca de um possível modelo a partir das discussões lideradas por Robert Ackerman (1975), chamado Modelo Ackerman, e o Modelo de Preston e Post (1975) também são enfatizadas.

No **Capítulo 3**, é apresentado o conceito de identidade, considerando-se que esta abordagem está relacionada à construção da imagem organizacional e às percepções que os diferentes atores sociais formulam sobre as organizações. Num primeiro momento, seu objetivo é estabelecer uma relação entre IO e ImO a partir de considerações de alguns autores. Em seguida, o capítulo buscará mostrar a integração entre os dois conceitos e a dimensão social, fazendo uso da literatura de marketing social numa tentativa de aproximar a discussão com a ação social. Por fim, estabelecerá uma análise entre IO e ImO e a prática de RSC, uma vez que o trabalho de campo analisa o impacto das ações sociais sobre a comunidade beneficiada.

O **Capítulo 4** apresenta uma breve retrospectiva do surgimento da atividade canavieira no País, comenta o processo de legislação do setor e o advento da preocupação social nessa atividade, bem como a criação da Unica, entidade que representa as usinas de açúcar e álcool do Estado de São Paulo. Inclui também uma apresentação sobre o setor sucroalcooleiro, com o objetivo de explicitar as dimensões econômica, social, legal, trabalhista e ambiental, que o caracteriza.

Em seguida, esse estudo investiga e analisa a percepção do público externo sobre os impactos das externalidades e das ações sociais desenvolvidas por duas usinas de açúcar e álcool. São tratados, portanto, no **Capítulo 5**, os aspectos relativos aos procedimentos metodológicos adotados para esta finalidade.

O **Capítulo 6** descreve-se as duas organizações que se constituem referenciais para o processo de coleta de dados primários do estudo, bem como a descrição dos projetos sociais que as mesmas desenvolvem e apóiam.

No **Capítulo 7**, são apresentados e analisados os dados obtidos pelas entrevistas realizadas junto à comunidade beneficiada pelos projetos sociais desenvolvidos pelas duas usinas. As entrevistas buscaram conhecer as percepções que o público externo constrói sobre os projetos, a partir da dinâmica que este público estabelece com os mesmos. Contudo, antes de iniciar a apresentação dos relatos coletados, comenta-se sobre o planejamento da pesquisa de campo e a condução dos procedimentos das entrevistas, visando caracterizar todo o processo de busca, aproximação e interação com os entrevistados.

No **Capítulo 8**, são feitas as considerações finais e no **Capítulo 9** constam as referências bibliográficas utilizadas na presente pesquisa.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Esse capítulo apresenta uma discussão sobre o conceito de RSC, procurando focá-la em diferentes contextos históricos e sociais. Constitui-se também num alicerce para discutir a relação entre IO e ImO no capítulo 3.

O primeiro subitem refere-se à revisão de literatura sobre RSC, com a apresentação do contexto e das etapas históricas, que contribuirá para o entendimento da prática nos ambientes organizacionais. A busca de um possível modelo a partir das discussões lideradas por Robert Ackerman (1975), chamado Modelo Ackerman, e o Modelo de Preston e Post (1975) também são enfatizadas.

2.1 Contexto Histórico

O papel dos negócios e o caminho percorrido pelos mesmos na sociedade experimentaram diferentes momentos ao longo da história. O surgimento do comércio na sociedade medieval inaugurou uma concepção de mercadoria que atribuía ao comerciante a imagem de explorador. Com a Revolução Industrial, em que o homem volta-se unicamente para a obtenção de lucros, a distância entre negócios e sociedade foi finalmente selada com um antagonismo irreduzível. Os impactos do mundo industrial nas dimensões social e ambiental obrigaram os atores sociais a repensar a avaliação dos nexos entre organização e sociedade. Nesse sentido, o conceito de RSC foi sendo construído em contextos históricos distintos. A discussão dessa prática é, portanto, uma tentativa de restabelecer uma tradição de dois mil anos atrás, quando os negócios já estavam intimamente relacionados à comunidade (PANWAR et al., 2006).

O movimento de incluir na agenda empresarial a responsabilidade pela dimensão social não é recente.

As primeiras manifestações dessa ideia surgiram no início do século XX, com os americanos Charles Eliot (1906), Hakley (1907) e John Clark (1916), e, em 1923, com o inglês Oliver Sheldon, que apesar de defenderem a inclusão da questão social entre as preocupações das empresas, além do lucro dos acionistas, seus questionamentos não tiveram aceitação e foram postos de lado. O marco inicial para o estudo e o debate do assunto 'Responsabilidade Social' foi o lançamento do livro *Responsibilities of the businessman*, nos Estados Unidos, em 1953 por Howard R. Bowen (DUARTE e DIAS, 1986, p.41).

No entanto, o primeiro apoio empresarial explícito à necessidade das corporações atuarem com responsabilidade em relação ao público interno que contribuísse de maneira efetiva para o bem-estar da sociedade foi registrado em alguns países da Europa somente na década de 40 (TORRES, 2002). Em 1942, a idéia apareceu num manifesto assinado por 120 industriais ingleses que atribuíam ao gestor a responsabilidade pelo equilíbrio entre interesses públicos e privados, priorizando o bem-estar da nação (DUARTE e DIAS, 1986).

Vale lembrar que o desenvolvimento de ações sociais não representa uma prática recente nas empresas. Entre o final dos anos 60 e o início da década de 70, a atuação empresarial focada no aspecto social ganhou força nos EUA e em parte da Europa, como resposta às exigências de alguns setores da sociedade. O enfoque no comportamento de empresas privadas manifestou-se num contexto de reivindicações pelo aumento da participação durante o fortalecimento do movimento sindical e estudantil europeu, nas lutas pelos direitos civis norte-americanos e nas manifestações contra as armas químicas usadas na Guerra do Vietnã nesse período. Esses acontecimentos e a crise do *Welfare State*¹ contribuíram para o início de uma mudança na prática e na cultura empresarial nesses países (TORRES, 2002).

A necessidade de reuniões periódicas e divulgação anual dos balanços e relatórios de atividades sociais se concretizaram apenas em 1970 em alguns países europeus. As empresas norte-americanas foram as primeiras a aderir à prestação de contas ao público. Em 1972, na França, a empresa Singer divulgou o primeiro relatório social da história em demonstrações anuais corporativas. Em 1977, foi aprovada a lei n.º. 77.769, “que tornava obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários. Este número caiu para 300 funcionários em 1982” (DUARTE e DIAS, 1986). A idéia de RSC popularizou-se na Europa nessa década.

Entre 1970 e 1980, o resultado de várias forças econômicas levou alguns estudos a reexaminarem a noção de RSC. A discussão focada na atuação social das empresas e na construção de uma ética empresarial refletiu em conseqüências concretas: inúmeras empresas iniciaram investimentos nas áreas sociais, ambientais e às comunidades mais próximas. A partir desse momento, a necessidade de tornar públicas as ações culminou na divulgação de

¹ Chamado também de Estado de bem-estar social, pode ser entendido como o conjunto de práticas e instituições compensatórias desenvolvidas a partir da Segunda Guerra Mundial, tendo o Estado como agente principal na garantia da universalidade de direitos, bens e serviços. Na década de 80, com o crescimento do desemprego e a crise econômica, este modelo de Estado assistencial mostra sua incapacidade de proporcionar as garantias sociais compensatórias, necessárias para se contrapor aos malefícios causados pelo mercado capitalista (TORRES, 2002, p.129).

relatórios regulares chamados de Relatórios de Atividades Sociais e, posteriormente, nos Balanços Sociais (TORRES, 2002).

Segundo Ramos (2002), esses períodos foram fundamentais para o desenvolvimento e a consolidação da ética empresarial. Em especial nos Estados Unidos, o escândalo político *Watergate*² no governo Nixon mostrou a importância da ética na administração pública na década de 70.

A partir dos anos 80, diversas organizações começaram a trabalhar sistematicamente o tema da RSC e apresentar efetiva preocupação com o meio ambiente nos EUA e na Europa. A atuação de entidades como o *Business for Social Responsibility* (BSR), o *Council on Economic Priorities Accreditation Agency* (CEPAA - denominado SAI atualmente) e a organização *Accountability* merecem destaque (TORRES, 2002).

Nesse sentido, conferências foram convocadas para discutir responsabilidades sociais e questões morais e éticas no mundo dos negócios. O autor faz uma retrospectiva histórica da evolução da RSC no mundo a partir do final da década de 90:

- Em janeiro de 1999, o Secretário Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), Kofi Annan, lançou o relatório “Pacto Global”, que requeria dos empresários a aplicação de um conjunto de nove princípios sobre os direitos humanos, trabalhistas e questões ambientais;

- Em junho de 2000, os Ministros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) aprovaram uma versão revisada das Diretrizes para Empresas Multinacionais que já operavam ou que futuramente instalariam novas plantas nos 29 países membros da OCDE. Esse conjunto de instruções, adotadas em 1976, estabeleceu princípios voluntários e padrões de conduta de RSC nas áreas ambientais e de condições de trabalho e dos direitos humanos;

- Em julho de 2001, a Comissão das Comunidades Europeias apresentou à comunidade internacional o “Livro Verde” sobre RSC intitulado “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”. A publicação tinha como objetivo iniciar um amplo debate quanto às formas de promoção pela União Europeia da RSC no continente europeu e no mundo.

² Escândalo político que culminou com a renúncia do presidente americano Richard Nixon. Por meio de dois repórteres, estabeleceu-se uma ligação entre a Casa Branca e o assalto ao edifício de Watergate, que foi noticiado na primeira página do Washington Post à sede do Comitê Nacional Democrata. Nesse episódio, pessoas foram detidas por fotografar documentos e instalar aparelhos de escuta no escritório do Partido Democrata. Eles foram informados por uma pessoa conhecida apenas por Garganta profunda (*Deep Throat*) que revelou que o presidente sabia das operações ilegais.

No Brasil, os primeiros e isolados discursos em favor de uma mudança de mentalidade empresarial no País podem ser notados em meados da década de 60, após um longo período até o início do século XX, quando a Igreja Católica comandava as ações sociais. A “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada pela Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), em 1965 é “um marco histórico incontestável do início da utilização explícita do termo ‘responsabilidade social’ diretamente associado às empresas e da própria relevância do tema relacionado à ação social empresarial no País” (TORRES, 2002, p.130).

A difusão dessas idéias iniciais se estendeu até a segunda metade dos anos 70. A criação do Decreto-Lei nº. 76.900 de 1975 representou um passo adiante para a consolidação do conceito e da prática da RSC no Brasil. Criava-se a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS): um relatório obrigatório para todas as empresas, caracterizado por apresentar informações sociais e laborais relacionadas aos trabalhadores no ambiente organizacional. Em 1984, foi publicado o primeiro relatório de cunho social de uma empresa brasileira.

O tema RSC ganha destaque no meio empresarial do Brasil em 1993, com a campanha “Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida”, comandada por Herbert de Souza, o Betinho, marcando a aproximação do empresariado brasileiro com os movimentos sociais do País.

Em 1995, é criado o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), a primeira entidade a se preocupar com o tema filantropia, cidadania e responsabilidade empresarial, “adotando o termo cidadania empresarial para se referir às atividades realizadas em prol da transformação e melhoria da sociedade” (MACHADO FILHO, 2002).

Assim, pode-se concluir que todo o processo de reconhecer a importância do desenvolvimento de ações sociais e aplicá-las se deu por uma conjunção de interesses pessoais de alguns empresários, cobrança por parte da sociedade organizada, disputas de poder, e da necessidade do meio empresarial de adaptar-se às transformações nacionais e globais (TORRES, 2002).

2.2 Etapas Históricas do Conceito

Inúmeros conceitos sobre o tema RSC foram criados ao longo da história. Na percepção de Bowen (1957, p.14-15), as responsabilidades sociais dos administradores referem-se “às obrigações dos homens de negócios de adotar orientações, tomar decisões e

seguir linhas de ação, que sejam compatíveis com os fins e valores de nossa sociedade”. A referência homens de negócios voltava-se aos administradores e diretores de empresas.

Para o autor, as decisões e ações do homem de negócios estão relacionadas diretamente com a natureza de nossas vidas, de nossas personalidades. Suas decisões afetam não só a ele próprio e aos acionistas, operários e clientes, mas também a vida de todos da sociedade.

O homem de negócios muitas vezes não percebe completamente a conexão entre suas decisões particulares e o bem-estar público. Juntas, as escolhas tomadas por esses agentes determinam, em grande parte, para a nação assuntos tão relevantes quanto à proporção de empregos e o grau de prosperidade, o regime do progresso econômico, a distribuição da renda entre os vários grupos sociais e a organização da indústria e do comércio.

Para Ramos (2002), contudo, esse conceito, que projeta as organizações como espelho dos “objetivos e valores sociais”, estava em oposição aos princípios de caridade e custódia. A esse respeito, Stoner e Freeman (1999, p.72) ressaltam que a abordagem clássica da RSC foi estabelecida após a publicação do livro “O Evangelho da Riqueza” de Andrew Carnegie, fundador do conglomerado *U.S. Steel Corporation* em 1899. Na perspectiva desse homem de negócio, segundo os autores, os princípios da caridade e da custódia norteavam suas idéias sobre RSC, sendo que ambos eram francamente paternalistas.

O da caridade exigia que os membros mais ricos da sociedade ajudassem os menos afortunados, como os desempregados, os inválidos, os doentes e os velhos de forma direta ou por meio de instituições; e o da custódia, derivado da Bíblia, exigia que as empresas e os ricos se enxergassem como guardiões ou zeladores, mantendo suas propriedades em custódia, para benefício da sociedade como um todo (STONER E FREEMAN, 1999, p.72).

Segundo Chrisman e Carroll (1984), as organizações expandiram sua função social a partir de atividades filantrópicas, num primeiro diálogo, com a sociedade. Essa lógica não estava focada na reversão das externalidades negativas produzidas no ambiente pelas empresas, mas em ações compensatórias. As atividades desenvolvidas não representavam qualquer tentativa de mudança na concepção econômica, contudo uma compensação para alguma causa social.

A segunda fase da discussão de RSC, em meados da década de 60 e 70, representa, de acordo com os autores, uma mudança na função dos negócios na sociedade. A partir de pressões governamentais por meio de leis e regulamentações, os negócios deveriam

considerar a dimensão social tal qual a econômica. As empresas preocupavam-se com as consequências sociais de suas atividades econômicas, tão bem quanto engajar nas causas puramente sociais. No curto prazo, os efeitos negativos externos causados pelos negócios devem ser prevenidos ou melhorados.

Na última fase, os autores articulam a responsabilidade das organizações às consequências das atividades econômicas, revertendo os impactos produzidos pela atividade produtiva. Apenas engajamento social e doações não eram suficientes. Senge (2001) nomeia o processo de “modelo circular dos sistemas vivos”, ou seja, produzir, reciclar e regenerar. A idéia baseia-se em uma mudança de mentalidade organizacional orientada em incentivos a ações que não prejudicassem a trama social e ambiental e que, ao mesmo tempo, gerassem lucros.

O Quadro 3 demonstra a evolução desse processo, evidenciando a relação entre as dimensões econômica e social.

		Conseqüências					
		Econômico	Social	Econômico	Social	Econômico	Social
Atividades	Econômica						
	Social						
		Fase 1		Fase 2		Fase 3	

Quadro 3 – Fases de discussão de RSC

Fonte: Adaptado de Chrisman e Carroll (1984)

Um modelo de compreensão do desenvolvimento do conceito de RSC também é proposto por Panwar et al. (2006).

A primeira fase estaria relacionada à concepção de Friedman (1970), que considera que o desempenho financeiro positivo da organização é por si só um bem público, já que produz prosperidade. Para o autor, denominado de “Gerenciamento da Máxima Lucratividade”, que sugere a interação para a criação do máximo valor agregado para a Nação e o bem comum, através de direcionadores individuais para o lucro máximo e a regulação competitiva do mercado local.

Durante as décadas de 20 e 30, inicia-se a segunda fase. Substitui-se a lucratividade como função primordial de contribuição social e inclui-se a concepção de um equilíbrio entre as exigências que atuam em uma organização pelos clientes, empregados, credores, fornecedores, comunidades e acionistas. É o “Gerenciamento da Confiança”,

alicerçada em um conceito de uma sociedade pluralista que defende a continuidade desse balanceamento como responsabilidade de cada um dos grupos da sociedade.

A terceira fase, que se refere ao “Gerenciamento da Qualidade de Vida”, critica os impactos socioambientais produzidos pelas organizações, entre eles a distribuição desigual de riqueza, a poluição da água e do ar, bem como a desconsideração das preocupações e do bem-estar dos consumidores e dos problemas de segurança. Nesse sentido, propõe-se às organizações responsabilidades além da dimensão econômica, pois elas também são responsáveis pela qualidade de vida da sociedade.

Concordando com essa última concepção, que é semelhante à fase 3 proposta por Chrisman e Carroll (1984), Sharma e Talwar (2005) sugerem que a busca do crescimento econômico não necessariamente produz progresso social. Para os autores, RSC é um conceito ético que envolve o bem-estar humano em sua dimensão mais ampla e está focada no abandono da visão exclusivista do lucro. As empresas precisam desenvolver novas medidas de desempenho que considerem a interconexão e interdependência entre a informação, o social, o ambiental e o ético como dimensões retroalimentadoras do sucesso empresarial que não deve ser antagônico com uma sociedade sadia.

Na busca por um “modelo de RSC”, alguns administradores se voltaram para o conceito de reatividade social das empresas, que estuda “como as organizações respondem às questões, ao invés de tentar determinar sua responsabilidade social final” (STONER e FREEMAN, 1999, p.74). Essa tentativa de definir e seguir um modelo é resultado de um contexto contemporâneo que demanda das organizações um posicionamento diferenciado na condução dos negócios. É nesse sentido que nascem três modelos.

No nível micro, o modelo introduzido por Robert Ackerman, denominado Modelo Ackerman, representa um dos primeiros a sugerir que a reatividade, no lugar da responsabilidade, deveria ser o objetivo dos esforços sociais das empresas. Ele é composto por três fases para sua realização: na primeira, os executivos de topo da corporação descobrem a existência de um problema social; na segunda, a empresa contrata especialista ou busca assessores para estudar o problema e sugerir modos de lidar com ele; e na terceira, considerada a de implementação, a empresa integra a política em suas operações em andamento (STONER e FREEMAN, 1999, p.74).

O modelo de Preston e Post (*apud* Stoner e Freeman, 1999) representa uma das primeiras abordagens no nível macro do conceito de reatividade das empresas. Eles propõem que a sociedade e as organizações interagem de dois modos distintos: por relações primárias orientadas pelo mercado, que diz respeito aos clientes, empregados, acionistas e credores e,

por relações secundárias que não são orientadas pelo mercado, mas pela lei e pelas forças morais, quando essas relações criam problemas sociais. Para os autores, o governo e a opinião, de certa forma, determinam os limites das relações dentro e fora do mercado, pois quando os administradores encontram problemas sociais, não analisam suas consciências para tomar uma decisão, mas consideram leis, regulamentos e sentenças.

Em 1979, a Teoria de Carroll atuou como uma tentativa de combinar a ação social das empresas às idéias filosóficas de RSC e aos modelos de Ackerman e Preston e Post sobre reatividade social. A autora introduz a idéia de desempenho social, propondo às organizações compreenderem princípios, processos e políticas sociais, abrangendo o nível macro moldado nos princípios econômicos, legais e éticos e, o nível micro, implementando os princípios do contrato social nos processos decisórios e nas políticas empresariais. Tais políticas podem ser reativas, defensivas e acomodativas ou proativas.

Vale ressaltar que na teoria e nos modelos comentados anteriormente, encontram-se algumas limitações, uma vez que o significado de reatividade social é fluido, variando conforme as mudanças de atitudes de uma determinada empresa em relação a uma dada questão:

A dificuldade real com todos os modelos descritos [...] é que eles não proporcionam um modo de administrar eficazmente um conflito de valores. Eles oferecem poucos conselhos sobre como resolver as disputas que representam visões de mundo fundamentalmente diferentes. O que precisamos é de um modelo que seja mais diretamente envolvido com ética (STONER e FREEMAN, 1999, p.75).

De modo geral, a questão da RSC gera dois grupos de visões antagônicas. De um lado, a corrente clássica ou puramente econômica de Friedman, defendendo que a única RSC das organizações é a maximização dos lucros. De outro lado, o posicionamento socioeconômico, que argumenta que a RSC ultrapasse a geração de lucros, incluindo também a proteção e a melhoria do bem-estar da sociedade.

Entre 1950 e 1960, mesmo com a aceitação dos princípios da caridade, questionamentos a respeito do entendimento sobre a responsabilidade social estavam presentes. Alguns críticos apontavam que esse conceito não sugeria “um envolvimento empresarial de magnitude apropriada, nem sugeria como uma empresa deveria avaliar suas responsabilidades sociais em relação às suas outras responsabilidades” (STONER e

FREEMAN, 1999, p.73)³. Os autores complementam que, segundo alguns críticos, a noção de RSC permitia aos executivos direcionar as obrigações sociais de suas empresas de acordo com suas próprias idéias, tornando-se uma cortina de fumaça para os valores pessoais de alguns indivíduos poderosos.

É nesse cenário que se faz necessária a distinção entre ação social e RSC.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea, 2006) conceitua ação social como aquela que “compreende o conjunto de atividades que vão desde doações pequenas e eventuais até programas e projetos estruturados [...] e que contribuam para melhorar as condições de vida de um grupo ou comunidade”. Cada uma dessas vertentes tem produzido formas próprias de gestão que correspondem a estruturas específicas de poder entre as organizações, os agentes e a comunidade.

Segundo Melo Neto e Froes (1999), as ações sociais podem ser múltiplas, combinando áreas de trabalho e emprego, cidadania, justiça, entre outras; ou únicas, contemplando apenas cada uma dessas áreas separadamente. Consideram ainda que podem ser desenvolvidas de duas formas diferentes: projetos sociais “são empreendimentos voltados para a busca de soluções de problemas sociais que afligem populações ou grupos sociais numerosos ou em situações de alto risco”; ou ações comunitárias que “correspondem à participação da empresa em programas e campanhas sociais realizadas pelo governo, entidades filantrópicas e comunidades ou por ambas” (MELO NETO e FROES, 2001, p.29).

Em relação à RSC, o modelo criado por Quazi e O’Brien (2000) contribui para o entendimento deste conceito. Os autores usam a classificação “responsabilidade ampla” para designar aquelas atividades que extrapolam somente a responsabilidade econômica da empresa; e a “responsabilidade estreita” para aquelas relacionadas basicamente ao objetivo da empresa de maximização do valor para os acionistas.

Aquelas atividades classificadas como de responsabilidade ampla podem ser divididas em dois tipos: moderna, entendida como ações de RSC que trazem benefícios para a empresa no longo prazo; e filantrópica, que ações sociais são realizadas independentemente dos retornos advindos para a empresa.

As classificadas como de responsabilidade estreita são divididas em dois grupos: socioeconômico, que define ações ligadas à função de maximização de valor para o acionista

³ O exemplo da Ford caracteriza esse fato. A empresa desenvolveu um modelo de carro e, nos testes, descobriu que o tanque de gasolina tinha grande probabilidade de pegar fogo quando de uma colisão. Após estudos e análise do custo-benefício, verificaram que instalar um escudo para o tanque encareceria o carro em US\$ 11.00. Assim, mantiveram o veículo em seu projeto original e decidiram que destruir e dilacerar vidas valia menos que US\$ 11.00.

conjugado às ações de RSC; e visão clássica, que inclui essas ações, mas não geram valor para a empresa e, portanto, não devem ser desenvolvidas (Figura 1).

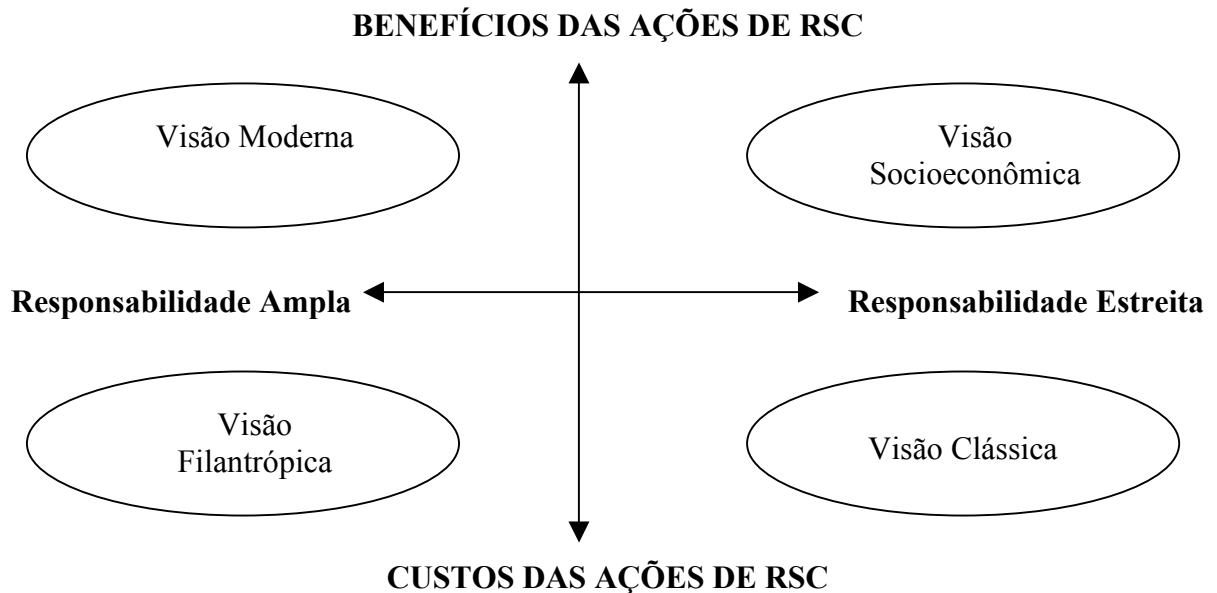


Figura 1 – Modelo bidimensional de responsabilidade social corporativa

Fonte: Quazi e O'Brien (2000, p.4)

Passador, Canopf e Passador (2005) desenvolvem uma classificação das diversas abordagens teóricas que o tema permite: Responsabilidade Social como modismo; Os liberais, neoliberais e afins; Legitimação Social; Uma questão ética e Responsabilidade Social corporativa.

A dimensão do **modismo** se relaciona ao comportamento que os empresários julgam socialmente apropriado. Nesse sentido, um conjunto de fatores mundiais aliadas às ações da ONU favoreceu a visibilidade da temática e contribuiu para que ela passasse a integrar o discurso de gestão. Os autores consideram que ainda é prematuro para avaliar se tal inserção terá ou não consistência no futuro.

Na perspectiva dos **liberais**, o lucro deve ser a principal preocupação do gestor. A RSC deve ser efetivada na medida em que haja demanda do mercado para neutralizar as ameaças a sua sobrevivência. Caso contrário, a caridade privada deve ser exercida por particulares.

A **legitimação social** seria consequência da necessidade de reestabelecimento de uma imagem positiva das empresas. Para que continuem atuando, as organizações precisam de credibilidade, uma vez que a RSC seria apenas um outro mecanismo. Portanto, ela não

teria um caráter transformador, mas consistiria em um deslocamento do capitalismo para combater as críticas, além de possibilitar uma nova forma de acumulação.

Na dimensão **ética**, a RSC se constituiria em um imperativo de sobrevivência, visto que esta seria uma postura exigida pela sociedade.

No âmbito da RSC, o conceito está apoiado na dimensão **estratégica** da organização. Nesse sentido, ela deveria estar alinhada aos objetivos estratégicos e possibilitar que os pontos fortes do *core business* fossem alavancados por esse tipo de conduta.

A classificação organizada pelos autores sugere que o conceito pode ser interpretado por diferentes perspectivas e, portanto, não se constitui em um consenso, mas faz parte de um processo ideológico que necessita ser considerado.

Numa análise comparativa entre ação social e RSC, portanto, pode-se dizer que aquela enfoca práticas compensatórias para amenizar impactos causados pela atividade empresarial. “É qualquer atividade realizada pelas empresas para atender às comunidades em áreas como assistência social, alimentação, saúde, educação, cultura, meio ambiente e desenvolvimento comunitário” (INSTITUTO ETHOS, 2007).

Para o Instituto Ethos (2007), o conceito de RSC é definido como uma

forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Essas iniciativas empresariais demonstram a preocupação das empresas em contribuir para a melhoria da questão social. O desenvolvimento de uma ação social, contudo, não pode ser considerado fator determinante para caracterizar a empresa como socialmente responsável.

Nessa perspectiva, algumas opiniões contrárias ao desenvolvimento de ações sociais são comentadas por Bowen (1957), que naquela época, considerava RSC como o desenvolvimento de ações sociais.

Primeiramente, argumenta-se que os esforços dos homens de negócios na tentativa de conciliar econômico e social reforçam o aumento dos custos de produção, tornando-os perdedores no campo competitivo. Nesse sentido, somente os empresários que possuem um grau de poder monopolista poderiam abraçar essa causa. Com a elevação desses custos, os consumidores pagariam preços maiores ou salários mais baixos aos empregados

como resultado do repasse desses aumentos. O homem de negócio atraído tão fortemente pela obtenção do lucro e pelo interesse por sua empresa consideraria ilusória suas obrigações sociais.

Um outro argumento ressalta que os homens de empresa estariam praticando suas responsabilidades sociais, mas com o objetivo de conservar o poder e como uma justificativa para este. “Os homens procuram justificar e proteger sua situação privilegiada, criando o mito de que eles são os “líderes” ou “guardiões” naturais da sociedade, que receberam seu poder por causa de suas habilitações excepcionais” (BOWEN, 1957, p.143).

Outro contra-argumento refere-se ao fato de o homem de negócio ser considerado responsável por um peso desnecessário e, em alguns momentos, não pode arcar satisfatoriamente e que ancora suas responsabilidades morais. Uma organização precisa assumir e administrar suas responsabilidades e impactos sociais de maneira responsável e dentro dos limites da sua competência, sem colocar em risco sua capacidade de desempenho, pois não existe mais ninguém, na sociedade das organizações, para cuidar da própria sociedade. Além disso, nenhuma instituição existe isoladamente, pois cada uma possui um papel na sociedade e só existe em função desta sociedade. Uma empresa tem valor não por ser boa para os negócios, mas por ser favorável para a sociedade. As organizações precisam se juntar às preocupações fundamentais da comunidade com os aspectos qualitativos da vida, ou seja, bens e serviços econômicos, preocupação com a qualidade de vida, isto é, com o ambiente físico, humano e social do homem moderno e da comunidade moderna (DRUCKER, 1999, p.87).

2.3 RSC no Campo da Gestão Empresarial

O lançamento da obra de Howard R. Bowen na década de 50, intitulada “*Responsibilities of the businessman*”, representou um marco inicial nos estudos e debates sobre RSC. A partir dessa publicação, novas abordagens a respeito das responsabilidades das empresas vieram à tona. Além da econômica, o autor destaca outras duas novas categorias da responsabilidade do homem de negócio: (1) a conciliação entre a dimensão econômica e social e (2) a co-responsabilidade na formulação e na execução das diretrizes públicas.

Primeiro, ao tomar suas decisões comerciais particulares, ele é cada vez mais levado a considerar seus amplos efeitos sociais e econômicos, e, sempre que possível, a adaptar essas decisões conseqüentemente. Segundo, desde que o Governo se transformou num sócio em todos os assuntos econômicos, ele

deve cooperar com este na formulação e na execução das diretrizes públicas (BOWEN, 1957, p.40).

A esse respeito, o autor reafirma o posicionamento diferenciado dos homens de negócios na sociedade de acordo com o grau em que assumem essas responsabilidades. Ou seja, poderão ajudar na melhoria do funcionamento da economia com vista a resultados satisfatórios para a sociedade. Sua posição privilegiada, porém, não restringe a ação de outras instituições da sociedade quanto às obrigações na economia, mas traz uma parcela significativa de responsabilidades em comparação a outros elementos constituintes do sistema. De forma semelhante, as decisões tomadas apenas por suas aspirações pessoais não contribuem para o funcionamento da economia. Seus interesses particulares, portanto, devem ser somados ao interesse social, ocupando lugar ativo no processo decisório.

Na análise de Bowen (1957), a empresa é considerada um vizinho na comunidade local onde encontram-se suas atividades e, por esse fato, possuem obrigações e deveres. O resultado da atuação como vizinho ou cidadão abrange participações do público interno nas atividades da comunidade em áreas como educação, religião, recreação e apoio financeiro.

Além da responsabilidade com a sociedade, espera-se que os homens de negócios prezem por ações futuras pautadas no seu ponto de vista pessoal e dos acionistas, bem como na perspectiva da sociedade e dos *stakeholders*, gerando uma conciliação entre o social e o econômico. Segundo Clarkson (1995, p.15), define-se *stakeholders* como “pessoas ou grupos que têm propriedades, direitos ou interesses na corporação e nas suas atividades tais como empregados, *shareholders*, clientes, investidores, comunidade, fornecedores, governo”.

Os resultados positivos dessa interação extrapolam a comunidade e atingem os *stakeholders*, essência do conceito de RSC. Tregear (2005) considera os impactos da RSC dentro de um círculo fechado, nessa seqüência: atividade de responsabilidade corporativa, incluindo RSC; melhoria na visibilidade e na reputação corporativa entre as partes interessadas; ganhos na moral, retenção, atração e funcionários melhor capacitados; compromisso com a marca interna e externamente; aumento do lucro o qual beneficia investidores e funcionários, mas também resulta em aumentos significativos nas vendas e na produtividade. Essas práticas de negócios responsáveis são as chaves para construir uma boa reputação.

A ampliação do conceito de RSC é conduzida por Drucker (1999), principalmente para os impactos que a organização produz sobre a sociedade. Diferentemente de Friedman

(1970), o autor destaca: ainda que o desempenho econômico seja uma função primordial da empresa, ele não é considerado único.

É inútil alegar que uma empresa tem somente uma responsabilidade: o bom desempenho econômico. O bom desempenho econômico é a primeira responsabilidade de uma empresa. Uma empresa que não apresente um lucro no mínimo igual ao seu custo de capital é socialmente irresponsável. Ela desperdiça recursos da sociedade. O desempenho econômico é a base; sem ele, a empresa não pode cumprir nenhuma outra responsabilidade, nem ser uma boa empregadora, uma boa cidadã (DRUCKER, 1999, p.90-91).

Da mesma forma, Bowen (1957) acredita que para o homem de negócio pensar na condução de outras responsabilidades com a sociedade é necessário que essa responsabilidade primária (geração de lucros) seja conseguida.

Tanto para Melo Neto e Froes (1999, p.81) quanto para Drucker (1999), as organizações são responsáveis pelos impactos que produzem na sociedade. Toda ação empresarial, em alguma medida, produz externalidades positivas e/ou negativas no meio social, uma vez que os recursos naturais, os capitais financeiros e tecnológicos, a capacidade de trabalho e a organização do Estado são produzidos e mantidos pela natureza e pela sociedade. Assim, a organização tem por obrigação “no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos” (MELO NETO e FROES, 1999).

Diferentemente de Drucker, os autores consideram a eficiência de utilização dos recursos, o desempenho econômico e o tratamento dos impactos sociais insuficientes para uma empresa reconstituir o todo social. Ou seja, nem sempre respondem à completude dos efeitos sistêmicos dos impactos que podem produzir. Por isso, os autores defendem a idéia de que a organização é responsável por contribuir com a manutenção de uma sociedade saudável por meio de um mecanismo que caracterizam como “compensação das perdas da sociedade”:

O raciocínio lógico é simples: se a empresa obtém recursos da sociedade, logo, é seu dever restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços vendidos, mas, principalmente, através de ações sociais voltadas para a solução de problemas sociais que afligem esta sociedade. Essas iniciativas sociais podem estar ancoradas nos seguintes vetores de RSC de uma empresa:

- apoio ao desenvolvimento da comunidade onde atua;
- preservação do meio ambiente;
- investimento no bem-estar dos funcionários e seus dependentes e num ambiente saudável de trabalho agradável;

- comunicações transparentes;
- retorno aos acionistas;
- sinergia com os parceiros;
- satisfação dos clientes e/ou consumidores (MELO NETO e FROES, 1999, p.78-82).

Nesse contexto, pode-se dizer que a discussão do conceito de RSC mostra-se ambígua desde a sua primeira fase na década de 1940. Em certo momento, assume um debate polarizado sobre o papel da organização nas questões sociais e ambientais, procurando vinculá-lo às causas éticas e econômicas.

O capítulo seguinte apresenta os conceitos de ImO e IO, procurando vinculá-los às percepções do público externo frente às externalidades (positivas e negativas) lançadas pelas organizações. Considera-se que há um tipo de relação entre identidade e imagem que as pessoas constroem sobre as empresas e suas práticas de RSC.

3. IDENTIDADE E IMAGEM ORGANIZACIONAL

Esse capítulo apresenta o conceito de identidade, considerando-se que essa abordagem está relacionada à construção da imagem organizacional e às percepções que os diferentes atores sociais formulam sobre as organizações. Num primeiro momento, objetiva-se estabelecer uma relação entre Identidade Organizacional (IO) e Imagem Organizacional (ImO) a partir de considerações de alguns autores. Em seguida, o capítulo buscará mostrar a integração entre os dois conceitos e a dimensão social, fazendo uso da literatura de marketing social a fim de aproximar a discussão com a ação social. Por fim, é feita uma análise entre IO e ImO e a prática de RSC, uma vez que o trabalho de campo avalia o impacto das ações sociais sobre a comunidade beneficiada. A necessidade de incluir essa discussão neste estudo se justifica por dois motivos: (1) como forma de análise visto que o constructo de ImO é formulado a partir dos conceitos de identidade, mantendo-se estreita relação entre eles; e (2) como forma de interpretação das representações que os integrantes da comunidade formulam sobre o significado das ações sociais oferecidas pelas usinas de açúcar e álcool participantes do estudo.

3.1 Conceito de Identidade

A noção e a utilização de identidade permeiam o campo da análise organizacional e não é de simples entendimento dadas as suas complexidade e amplitude de sentidos. Esses sentidos variam de acordo com os diversos campos teóricos que empregam o termo e mesmo entre as correntes dentro de cada campo, sendo necessário recorrer ao uso do referencial teórico da Psicanálise, da Psicologia Social e de outras áreas.

No Brasil, segundo Caldas e Wood Junior (1997, p.12), poucos trabalhos têm abordado o tema. Aqueles que o fazem originam-se da análise sobre a identidade individual, tendo iniciado, especialmente, no campo psicanalítico, enfocando o *self*. Posteriormente, o conceito evolui para outros campos do conhecimento, além dos limites das ciências sociais.

Para efeito didático, os autores formularam um quadro conceitual a respeito das diferentes abordagens do conceito de identidade, distribuindo em seis agrupamentos:

1. Estudos pioneiros sobre identidade individual, com referencial teórico na Psicanálise e, principalmente, com a influência do conceito de Freud de ego;

2. Estudos referentes à identidade como auto-conceito, com influência da Psicologia Social, e como relação entre identidade pessoal e grupal através do conceito de identificação;

3. Estudos derivados dos trabalhos de Albert e Whetten (2004), os quais conceituam IO como “crenças compartilhadas pelos membros sobre o que é central, distinto e duradouro na organização”;

4. Estudos recentes com forte influência da Psicologia Social desde o final dos anos 80 e início dos anos 90. A IO teria a função de informar como a organização se percebe;

5. Estudos mais instrumentais, pragmáticos, nos quais a identidade é analisada dentro da perspectiva da imagem corporativa. Sendo a imagem uma interpretação do pensamento de outros, analisa-se como a organização administra sua imagem no ambiente;

6. Estudos que discutem a identidade em nível macro, seja de nações ou da humanidade, questionando-se, a existência e a natureza de um *self* humano.

Ao analisar esse quadro conceitual, observa-se que o estudo da identidade tem evoluído no sentido da perspectiva individual em direção à coletiva, do ponto da observação interna para a externa.

A identidade representa um ensaio para tentar explicar o conceito de si mesmo, o sentido da existência de um indivíduo, entendida como fruto de uma reflexão e observação psicológicas em relação a um sistema de significações, valores e ideologias. É um processo em edificação, conceituado pela ligação constante entre identidades assumidas (idéia de presente) e identidades visadas (idéia de futuro). A diferença entre elas é o espaço de conformação do eu, isto é, da construção da identidade (DUBAR, 1997).

Construir a própria identidade é um desafio permanente no sentido de encontrar o equilíbrio entre aquilo que se é e o que os outros esperam que nós sejamos. O outro é o espelho social que permite ao indivíduo reconhecer-se, avaliar-se e aprovar-se. Sob essa perspectiva, o eu não existe, a não ser em interação com os outros (WHETTEN, 1998).

Embora exista em cada pessoa um senso de individualidade, a construção do auto-conhecimento é inseparável das outras pessoas. As experiências de socialização constituem o principal referencial para a formação das identidades (SYMONDS *apud* MACHADO, 2003). Por meio do relacionamento social e do confronto com o outro em percepção a partir de textos, ações, imagens e situações, a identidade é gerada.

Ao longo da vida do indivíduo e nas diferentes fases da existência, a identidade vai sendo construída e reconstruída, carregando em si um aspecto histórico-temporal. É uma constante busca por referências, protótipos e modelos até atingir um nível de composição

entre interior e exterior. A identidade, então, comporta-se como um mecanismo regulador das interações sociais e da presença do outro na vida pessoal (MACHADO, 2003). Por isso, a identidade trata-se de uma construção no tempo, não possuindo as características de estabilidade e permanência. É um processo edificado na ação, portando-se como um processo em andamento e a reconstruir. Nas palavras de Dubar (1997, p.105), a identidade é

o resultado simultaneamente estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, em conjunto, constroem os indivíduos e definem as instituições.

Nesse sentido, a idéia de fluidez da identidade é, portanto, diferente da visão de um objeto sólido ou de uma essência, visto que se comporta como um processo contínuo. Não pode ser imutável. A todo o momento, novas informações sobre as pessoas são processadas pelo indivíduo, reconstruindo a identidade anterior. Ghadiri e Davel (2006, p.4) comentam que a contradição entre solidez e fluidez surge quando, para constituir e solidificar um objeto organizacional, um indivíduo o nomeia e determina sua identidade. O objeto torna-se algo e seu significado é estabelecido. “Identificar é solidificar, mas, paradoxalmente, é ao mesmo tempo enfraquecer a solidez até mesmo acelerar o processo de fluidificação”.

Por meio da percepção do outro através de elementos de expressão que surgem das interações cotidianas internas e externas às organizações, a identidade é construída. Esses meios podem ser textos, ações, imagens e situações relacionadas a alguém (uma pessoa) e que ajam como construtores da identidade de um indivíduo. Os processos de construção e reconstrução da essência do indivíduo são influenciados pela identidade já formada anteriormente da pessoa e do contexto.

A evocação desse conjunto de elementos formado por textos, imagens, impressões e julgamentos pode gerar a memorização de traços a respeito do outro num reservatório. Esse conjunto de elementos já foi evocado a uma pessoa no passado.

A partir das considerações anteriores, a identidade pode ser analisada em diferentes dimensões de análise, levando em conta um indivíduo ou um grupo de pessoas: identidade pessoal, com influências da Psicologia Social; identidade social, norteando-se de aspectos como gênero, raça e racionalidade; identidade no trabalho; e identidade organizacional, estabelecendo um vínculo de análise com a ImO. Segundo Dubar (1997), de modo geral, as concepções sobre a identidade referem-se às representações que os indivíduos constroem sobre si mesmos e as outras pessoas, resultando nos processos de socialização.

Considerando o objeto e o problema a ser investigado, as ênfases recaem sobre a identidade individual e as percepções grupais frente às organizações.

3.2 Dimensões da Identidade

3.2.1 Identidade social

A identidade social representa a concepção do indivíduo sobre si mesmo por pertencer a um grupo, sendo resultado do valor e da significação emocional deste pertencimento. É um processo dinâmico de formulação do *self* que se constrói por semelhança e oposição (WHETTEN, 1998). A idéia de fazer parte de um grupo representa a possibilidade de diminuir a incerteza subjetiva do indivíduo, uma vez que significa um estímulo afetivo por pertencer a uma coletividade. Além disso, a auto-percepção de sentir-se membro do grupo representa as bases para a identificação social (HOGG e TERRY, 2000).

[...] a identidade torna-se fundamentalmente um conceito relacional e comparativo. As pessoas tenderiam a se classificar em várias categorias sociais, desempenhando variados papéis, que permitem aos indivíduos se localizarem ou definirem a si mesmos como partes do ambiente social. (SOUZA et. al., 2007).

Dessa forma, “o grupo constitui a imagem de uma totalidade unificada; a identidade social resulta na sua unidade e no processo de identificação e distinção, pelo qual cada um procura fundar sua coesão e marcar sua posição em relação a outros grupos” (MACHADO, 2003, p.56).

Segundo Ashforth e Mael (1989), dentro da identidade social, os indivíduos tendem a classificar a si e as outras pessoas, segundo categorias sociais como pertencimento organizacional e afiliação religiosa. Para os autores, essa divisão possui duas funções primordiais:

1- Dividir cognitivamente e ordenar o ambiente social, contribuindo para que o indivíduo utilize um meio sistemático de definição dos outros;

2- Possibilitar ao indivíduo a sua localização ou definição no ambiente social, uma vez que o auto-conhecimento é composto pelas identidades pessoal e social.

O autor complementa que, dessa forma, o indivíduo percebe-se como um membro real ou simbólico de um grupo e considera o destino coletivo como sendo o seu. Essa percepção de ser um ou de pertencer a algum grupo humano consiste na identificação social.

O termo identificação está intimamente relacionado ao estudo da identidade. A identificação está presente, visto que sem ela não existe identidade. O conceito de identificação é considerado importante por Ashforth e Mael (1989, p.23), pois se refere ao sentimento de pertencer a uma categoria social ou a uma organização. Os autores complementam que a identificação organizacional constitui “um envolvimento baseado no desejo de afiliação”. Uma identificação forte com a organização “aumenta a cooperação entre os membros e a competição com os não-membros” (DUTTON, DUKERICH E HARQUAIL, 1994). Na concepção desses autores, a identificação organizacional pode gerar resultados positivos e negativos sobre o auto-conceito dos indivíduos da organização. A conexão positiva entre as identidades pessoal e organizacional resulta na identificação do indivíduo. Outra forma de ocorrer identificação é através de uma consistência entre as ações da organização, contribuindo para um sentimento de auto-valorização, que ocorre quando os indivíduos experimentam necessidades intensas como a de segurança, a de pertencer e de sentir-se melhor (PRATT, 2000).

Já Manzini-Couvre (2001) foca o processo de identificação sem atrelá-lo à identidade. O ambiente organizacional representa, do ponto de vista da reprodução física, um local que extrapola a utilidade imediata e atinge a dimensão do desejo, estabelecendo laços entre as inter-subjetividades individuais, grupais e organizacionais e atribuindo à organização a possibilidade de existência de um inconsciente organizacional.

Negando a organização enquanto um local estático, a autora propõe uma organização produto e produtora das relações entre os vários agentes, passando da assertiva “a organização é” para “a organização sendo”, num movimento provisório.

Assim, diríamos que o fio condutor de nossa reflexão é que a persistência de real desenvolvimento de uma organização depende de uma imagem, mas, que perceba-se uma imagem por identificações que lhes permitam apreender o seu processo de sentido de existir (MANZINI-COUVRE, 2001, p.50).

3.2.2 Identidade organizacional

No campo organizacional, a identidade é constituída pelo conjunto de representações que seus integrantes formulam sobre o significado dessa organização em um contexto social. Ou seja, quem é uma organização depende de como seus integrantes compreendem a si mesmos como uma organização (WHETTEN, 1998, p.33). Por isso, a IO

se materializa nas ações dos indivíduos, que agem como a organização, quando congregam os valores, as crenças e os objetivos da coletividade.

Segundo Albert e Whetten (2004), a IO é a alma da organização. É a interiorização da empresa na mente dos indivíduos. Para os autores, ela se constrói por critérios de centralidade, distintividade e continuidade temporal. O critério do caráter central está ligado às crenças, valores e normas da empresa, ou seja, a essência da organização. Já o critério do caráter distinto está relacionado à exclusividade da organização, isto é, suas peculiaridades e o que a torna distinta das demais organizações. O critério do caráter duradouro é o que garante a continuidade da organização para seus membros. Ou seja, a característica que a mantém e que desenvolve a ligação entre o presente e o passado e, possivelmente, o futuro.

Os autores complementam que existem situações em que há a possibilidade de sobreposição desses critérios independentes: critérios essenciais podem significar também a distintividade e vice-versa. Porém, as características essenciais não são necessariamente originais, ou seja, podem coincidir com as características de outras organizações. Por exemplo, a composição de determinados produtos concorrentes pode ser semelhante, mas as campanhas de marketing focam aquilo que difere um produto dos demais.

Os membros representam a organização por meio de comportamentos, símbolos, valores, mitos e signos. A idealização e a fantasia também se compõem como parte desse processo e explicam a tendência dos indivíduos identificarem-se com as organizações, em especial, quando elas representam uma possibilidade de ligação entre os atributos e os desejos pessoais. Nesse sentido, a ação de identificar-se com a organização se apresenta como uma associação linear (continuidade da identidade pessoal) e favorável à realização dos desejos (MAEL e ASFORTH, 1992).

Na perspectiva de Bouchikhi e Kimberly (2003), a IO é vista como um ativo competitivo para algumas empresas. Para outras, contudo, se fortemente ancorada, pode tornar-se uma armadilha por limitar opções estratégicas que a organização não pode lidar eficientemente na mudança ambiental. Os autores consideram a identidade como um envelope, que as organizações podem abrir e realizar mudanças, porém, sem alterar ou comprometer sua essência. Quando o “envelope” é bastante limitado, as alterações na estratégia tornam-se praticamente impossíveis até o momento em que outra identidade é criada. Por isso, fala-se que a identidade é poderosa. Organizações, então, não podem existir sem desenvolver um núcleo sólido para o qual elas podem confrontar uma mudança muitas vezes num ambiente hostil.

Seguindo a abordagem de Albert e Whetten (2004), Dutton (1994) trabalha com um modelo de análise do processo de construção da IO. Para isso, tomam-se como referência dois eixos de análise: (1) a crença dos membros em critérios de centralidade, distintividade e continuidade temporal em relação à organização; e (2) a percepção das pessoas do ambiente externo a respeito da organização. Nesta pesquisa, o enfoque está no segundo eixo de análise, considerando as percepções dos indivíduos da comunidade beneficiados pelas ações sociais das usinas na perspectiva das externalidades produzidas pelas mesmas.

De modo semelhante, Bouchikhi e Kimberly (2003) classificam a IO em dois tipos: ideográfica e holográfica. A primeira caracteriza-se por não apresentar uma unidade sobre a identidade da organização, podendo-se estudar identidade a partir da pesquisa em cultura organizacional. Conseqüentemente, diferentes grupos, subgrupos e unidades da organização mantêm múltiplas identidades. Entre os exemplos estão as universidades, as igrejas, os partidos políticos etc. A segunda, denominada holográfica, caracteriza-se por expressar múltiplas identidades compartilhadas por todos na organização.

Identidades organizacionais múltiplas são facilmente mudadas e apresentam uma linha de pensamento mais flexível, resultando em vantagens para as organizações. Destaca-se a maior possibilidade de satisfazer as expectativas de seus membros, melhorar a capacidade de criatividade e aprendizado, bem como facilitar a retenção da mão-de-obra diversificada por obter comprometimento por parte de seus membros. No caso das ideográficas, elas são mais propensas ao processo de exclusão de pessoas pela diversidade, porque apresentam uma ideologia única (ALBERT e WHETTEN, 2004). De modo geral, todas as ações das organizações comportam-se como afirmações de sua identidade como as instalações físicas, a localização e os produtos e serviços (OLIVEIRA, 2007).

A partir dessas considerações, é válido comentar que os níveis de identidade resultam numa multiplicidade de identidades construídas simultaneamente, contribuindo para a complexidade do fenômeno das identidades. Por esse meio, é possível desenhar alguns limites entre cada classificação, visualizando todos os impactos. Por outro lado, embora cada um dos níveis apresente particularidades no processo de construção da identidade, existe significativa complementaridade entre eles, o que colabora para a formação da identidade pessoal, social, no trabalho ou organizacional. Isso porque a todo o momento existe construção e desconstrução por conta do contexto social dinâmico e complexo (MACHADO, 2003).

Quanto à identidade no contexto organizacional, a autora comenta a importância do agir e do interagir que geram formas às identidades. A todo o momento, portanto, realizar e

pertencer são considerações para que os processos de identificação sejam desencadeados e gerem estímulos, novas descobertas e maneiras de realizar as atividades. Desse modo, o grupo, o trabalho e a organização passam a constituir as bases centrais de representação do eu para o indivíduo.

Albert e Whetten (2004) revelam a intenção de tratar o termo identidade organizacional de forma científica, identificando perguntas empíricas múltiplas e hipóteses. Segundo os autores, IO é a imagem cognitiva assimilada pelos integrantes da organização (interiorização da empresa na mente dos indivíduos). Quem somos nós como organização? O conceito pode ser visto sob duas óticas: científica, que emprega o termo para definir e caracterizar certos aspectos organizacionais; e visão, que utiliza esse conceito para caracterizar aspectos próprios, ou seja, uma questão auto-reflexiva, construída a partir da relação com a organização e outras categorias subjacentes como grupo de trabalho, um departamento, um grupo da mesma idade, um pequeno grupo com características próprias.

Os três critérios (centralidade, distintividade e continuidade) geram uma indicação provisória da identidade, ou seja, constrói perguntas empíricas e propõe hipóteses para pesquisas que ajudem a distinguir a identidade. Desse modo, o passado, o presente e a expectativa do futuro são variáveis associadas à imagem cognitiva da organização, sendo que, em todos esses períodos, os relacionamentos se compõem como peça-chave para a construção da empresa na mente de seus integrantes (MACHADO, 2005).

3.3 Relação entre Identidade e Imagem Organizacional

A ImO representa as impressões genéricas dos observadores interno e externo sobre a organização a partir de conjuntos de símbolos distintos formados por meio de estímulos da realidade. “Imagem é o que vem na mente quando se ouve o nome ou vê-se o logotipo de uma empresa em particular” (GRAY e BALMER, 1998, p.696), representando o conjunto das associações e significados das diferentes facetas e características da empresa. Ela deveria ser retratada enquanto uma construção das impressões públicas criadas para atrair o público. Esses aspectos, no entanto, consideram a imagem do ponto de vista interno da organização, ou seja, a percepção comunicada para o ambiente externo (BERNSTEIN, 1984).

Segundo Tavares (1998), a ImO depende das impressões que cada um dos *stakeholders* – clientes, empregados, fornecedores, comunidade entre outros – desenvolve a partir dos conflitos no seu relacionamento com a organização.

Na concepção de Gioia, Schultz e Corley (2000, p.67), a ImO é um conceito amplo que apresenta diferentes percepções internas e externas às empresas. O Quadro 4 representa algumas formas de imagem.

Nome do conceito	Definição na literatura	Autores
Imagem projetada	Imagem criada por uma organização para ser comunicada aos seus constituintes; deve ou não representar a realidade ostensiva; imagem singular da organização.	Alvesson (1990)
Identidade corporativa	Representações consistentes e direcionadas da organização enfatizadas por meio do gerenciamento de símbolos e logos corporativos.	Van Riel e Balmer (1997)
Reputação	Julgamentos coletivos, relativamente estáveis, de longo prazo, feitos por pessoas externas, sobre ações e realizações de uma organização.	Fombrun e Shanley (1990)

Quadro 4 – Formas de imagem

Fonte: Gioia, Schultz e Corley (2000, p.67)

A ênfase dada pelo pesquisador organizacional aos aspectos internos relacionados à imagem é reforçada por Manzini-Couvre (2001, p.50). Segundo a autora, assistiu-se ao surgimento de “uma análise da organização que inclui abordagem pela internalidade organizacional na tentativa de desvendar além do nível do inconsciente dos projetos e desejos individuais e coletivos”, a partir de aspectos culturais, simbólicos e imaginários.

Neste estudo, adotou-se essa perspectiva para descrever a ImO como uma identidade social da organização.

A imagem nos múltiplos aspectos age como um catalisador para o exame reflexivo dos membros a partir da autodefinição da organização a qual pertencem. Imagem, muitas vezes, atua como uma força desestabilizadora da identidade, frequentemente requerendo dos membros uma revisão e reconstrução do próprio senso de organização (GIOIA, SCHULTZ e CORLEY, 2000, p.6).

“A imagem projetada, entretanto, pode também abranger esforços para conduzir ao desejo social, impressões gerenciadas que enfatizam aspectos selecionados de identidade;

ela poderia ocultar ou representar de forma incorreta a identidade” (DUTTON, DUKERICH e HARQUAIL, 1994).

As fontes de influências sociais, como a mídia, além de transmitir informações sobre as organizações também criam novas imagens. São as chamadas imagens refratadas. Elas derivam das imagens projetadas, ainda que obtenham novos conteúdos a partir da perspectiva de intermediários institucionais que podem alterá-las (WHETTEN, 1998).

A organização possui várias imagens. Isso porque “cada pessoa assegura sua própria imagem de uma organização. Esse é um princípio fundamental no qual o gerenciamento da imagem corporativa é construído”. A gerência da imagem corporativa requer um entendimento de como elas são formadas e mensuradas periodicamente. Sua modificação é dependente do conhecimento das atuais imagens e da habilidade de mudar alguns dos fatores nos quais elas são baseadas (DOWLING, 1993, p.101-102).

Mas, qual a relação entre IO e ImO? A primeira está associada à visão interna da empresa e a segunda, à visão externa. A imagem está nitidamente relacionada à formação da IO. Por isso, qualquer deterioração da imagem pode constituir um risco à identidade. Tanto a identidade como a imagem sustentam somente heranças indiretas do passado; outros aspectos da herança são fornecidos pelas orientações atuais e reconstruções do significado dos eventos do passado (GIOIA, SCHULTZ e CORLEY, 2000). Por esse motivo, a mente humana aceita somente o que coincide com seu conhecimento ou experiência anterior.

O conceito de IO foca a ImO, buscando compreender como as organizações administram sua imagem externa e como tal imagem as afeta. Pode-se analisar ainda, de forma crítica, a manipulação da imagem e da IO pelas empresas (CALDAS e WOOD JUNIOR, 1997).

Segundo Dutton (1994, p.253), a IO seria definida como “um processo de auto-categorização a partir de três aspectos: a imagem central e duradoura, a categorização de seus agentes enquanto grupo social e a interpretação da imagem projetada externamente”.

A passagem da identidade para a imagem é uma função das relações públicas, de marketing e de outros processos organizacionais que procuram moldar a impressão que as pessoas apresentam da empresa. A imagem pode ser moldada, mas não controlada por uma organização, por conta de forças internas e externas (BARNETT, JERMIER e LAFFERTY, 2006). A área de comunicações de marketing e produtos e serviços oferecidos, por exemplo, reflete aquelas atividades da organização que lidam com a oferta da empresa para o mercado e o caminho que esta é comunicada aos clientes. Esses aspectos da atividade das empresas são freqüentemente um dos mais visíveis para o grupo externo. A área pode ser interpretada,

portanto, como uma tentativa da organização projetar sua “auto-imagem ideal” para os públicos interno e externo (DOWLING, 1993, p.104).

As identidades moldam as práticas de negócios e de relacionamentos, as quais, de certa forma, constroem as imagens das empresas, visto que as ações organizacionais não são observadas freqüentemente. Pessoas externas complementam suas experiências diretas com a organização por meio de informações fornecidas por elas através de propagandas, *releases*, relatórios financeiros, mídia entre outros. Essas fontes proporcionam imagens que os gerentes gostariam que as pessoas externas assegurassem, chamadas de imagens projetadas (WHETTEN, 1998).

Imagens projetadas não refletem somente objetivos estratégicos das empresas, mas também suas identidades implícitas. Não são transmitidas apenas através de ofícios, comunicados gerenciais endossados em relatório, mas também pelos membros organizacionais, em todos os níveis. A passagem das imagens projetadas para um dado grupo normalmente atinge outro conjunto de pessoas, uma vez que esses indivíduos apresentam funções múltiplas, freqüentemente sobrepostas, e um extenso acesso a informações. Imagens consistentes enfatizam um ao outro e são alicerçadas em múltiplos sinais que os observadores recebem na interação com a organização; ao passo que imagens contraditórias reduzem em geral a credibilidade do comunicador. Desse modo, quanto mais próxima as imagens projetadas das empresas refletem sua identidade, mais creditáveis e consistentes entre os componentes e situações elas serão (DOWLING, 1993).

Nesse sentido, a questão das barreiras técnicas carrega em si um aspecto a ser analisado pelas empresas no que tange à ImO. Segundo a OMC (Organização Mundial do Comércio), barreiras técnicas são

barreiras comerciais derivadas da utilização de normas ou regulamentos técnicos não-transparentes ou não-embasados em normas internacionalmente aceitas ou, ainda, decorrentes da adoção de procedimentos de avaliação de conformidade não-transparentes e/ou demasiadamente dispendiosos, bem como de inspeções excessivamente rigorosas.

Em termos de procedimentos e processos, regulamentações técnicas, normas e procedimentos de avaliação de conformidade gerenciados são importantes para facilitar o comércio internacional, tendo em vista a promoção da confiança do consumidor frente a qualidade dos produtos. Isso pode ser útil para a conquista e manutenção de mercados para a exportação, uma vez que essa preocupação está cada vez mais presente na pauta de negociação internacional de vários países. Espera-se que, num futuro próximo, essas

exigências técnicas assumam uma dimensão econômica expressiva, quando exploradas como “barreira técnica” ao comércio internacional (CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA, 2007).

3.4 Relação entre Identidade e Imagem Organizacional e RSC

O conceito de ImO apresenta diferentes abordagens. Na percepção do consumidor (Dean, 2003) e dos empresários e gerentes (Morais et al., 2006; Quazi, 2003), por exemplo, o termo é relacionado à iniciativa de adotar ações sociais ou de RSC pelas empresas; na intenção de compra (Magalhães e Damacena, 2006), nos aspectos relacionados ao valor percebido (benefícios e sacrifícios), à percepção de justiça em preços, à avaliação corporativa, entre outros (Serpa e Avila, 2006), mas referindo-se ao marketing propriamente dito.

Nesta pesquisa, a relação entre a IO e a ImO projetada e a dimensão social foi explorada com apoio do marketing social, porém, fazendo-se algumas aproximações. Para isso, adotou-se a definição de Kotler e Roberto (1992, p.25):

marketing social é uma estratégia de mudança do comportamento. Combina os melhores elementos das abordagens tradicionais da mudança social num esquema integrado de planejamento e ação e aproveita os avanços na tecnologia das comunicações e na capacidade de marketing.

A preocupação contida no conceito de marketing social ultrapassa a do marketing tradicional, transpondo-se da área comercial para a social. Essas ações empresariais podem surgir da aproximação de fatores não-relacionados aos produtos que interferem na relação comercial entre os agentes sociais, como abordado por Hildebrand e Slongo (2006, p.1) baseados na obra de Bhattacharya e Sem (2003) intitulada “*Consumer-company identification: a framework for understanding consumer’s relationships with companies*”. São fatores que conjugam associações cognitivas que constituem a identidade empresarial reconhecida pelos consumidores como traços que refletem os valores da empresa, corporificado em seus princípios operacionais, missão organizacional e liderança, e características demográficas, como segmento da indústria, porte, tempo de existência, posição no mercado, local de origem, entre outros (BHATTACHARYA e SEM, 2003).

Essa ligação com aspectos perceptivos a partir da identidade construída pelo critério da centralidade denominado por Albert e Whetten (2004) produz tipos de ordem social que, segundo Alvesson (1990), podem estar contidos nos conceitos de substância ou imagem. A substância é determinada, principalmente, pela “essência” de um objeto, sendo

orientada pelas tradições, realidade e práticas sociais, além de não ser considerada intencional. A imagem, por sua vez, é construída por imagens comunicadas a partir de esforços sistemáticos para alcançar as impressões buscadas.

Nesse sentido, alguns trabalhos têm abordado a percepção de diferentes públicos com os quais a organização se relaciona direta ou indiretamente.

Mendonça e Gonçalves (2002, p.8-10) discutem até que ponto as ações de responsabilidade social empreendidas pelas empresas espelham a sua substância ou são apenas imagens sem conteúdo, utilizando o modelo teórico denominado Gerenciamento de Impressões (GI). O uso de estratégias e táticas de GI é justificado pelas organizações como forma de controle das impressões de públicos específicos e obtenção de endosso e suporte, especificamente, as questões de RSC (MENDONÇA e AMANTINO-DE-ANDRADE, 2002). Por gerenciamento de impressões entende-se como o processo geral pelo qual pessoas se comportam de modos específicos para criar uma imagem social desejada (DEAUX e WRIGHTSMAN, 1988, p.81).

Os autores construíram três situações possíveis em relação ao impacto das ações de RSC na ImO. A primeira caracteriza-se por organizações substanciais que norteiam as ações de RSC em seus valores, normas e cultura, sem apresentar ações de GI e de comunicação corporativa para divulgar essas iniciativas sociais. A segunda, num lado extremo, constitui práticas/ações sociais de uma empresa que refletem somente seus objetivos instrumentais para obtenção de ganhos de mercado, de recursos e incentivos por parte do governo; e outra, em posição intermediária, demonstra um “equilíbrio entre substância (ações que condizem com a identidade organizacional) e imagem (construção e gerenciamento de uma impressão positiva)”.

O conceito de GI pode contribuir para o entendimento da construção da imagem organizacional, pois “as organizações, muitas vezes, transmitem imagens e constroem reputações que não são coerentes com as suas estruturas, procedimentos ou culturas” (MENDONÇA e AMANTINO-DE-ANDRADE, 2002, p.13).

O trabalho de Welzel e Borba (2004) aproxima-se do objetivo desta pesquisa, uma vez que comenta a percepção do público diretamente beneficiado por um programa social. Em análise sobre os impactos sociais do Programa de Serviço Civil Voluntário (PSCV) em jovens do Estado de Santa Catarina, as autoras exploram a efetividade do Programa à luz do marketing social e descrevem as melhorias das condições econômicas, profissionais e sociais a partir da percepção dos alunos egressos. Em relação à categoria de análise Qualificação Profissional, os jovens comentaram a importância do Programa para conseguir emprego

durante ou após o Programa e também a continuidade no emprego. Isso resulta do aumento da qualificação dos egressos – antes do Programa, o nível de escolaridade era baixo, com a maioria não tendo concluído o Ensino Fundamental.

Outros resultados obtidos demonstram que, na categoria Preparação para a Cidadania e sua influência nas relações pessoais e familiares, 98% dos jovens afirmaram o aspecto positivo dessa influência, bem como o favorecimento dos trabalhos voluntários na integração com a comunidade – além de mudanças de comportamento e/ou atitudes em relação ao meio ambiente, à violência doméstica urbana e à preservação ao uso de drogas. Ou seja, o Programa possibilitou ganhos sociais, econômicos e pessoais para os jovens egressos.

Com enfoque no público interno, Alday e Pinochet (2003, p.12) verificaram a relação entre as dimensões do marketing para causas sociais e as estratégias empresariais em busca da vantagem competitiva. Entre os principais resultados esteve o fato de as pessoas diretamente envolvidas nas ações de RSC considerarem importante alguns programas sociais conduzidos pela empresa. Vale destacar também o significado dessas iniciativas construídas na mente dos funcionários da organização.

Os autores ressaltam que “talvez o entendimento de ações sociais não chegue por igual a todas as pessoas, que de fato podem ter um grau de percepção diferenciado em relação a esta ou aquela ação empresarial”. O papel da comunicação corporativa na divulgação dos programas sociais é apontado, portanto, como essencial para contribuir com o conhecimento do público interno sobre tais iniciativas.

Concluindo, os entrevistados dessa pesquisa concordam em afirmar que o marketing social constitui uma estratégia específica da empresa, havendo uma associação direta com a marca da instituição e com a projeção da imagem.

Pelos trabalhos citados anteriormente, pode-se considerar que

A percepção dos *stakeholders* sobre as ações de responsabilidade social realizadas deve estar de acordo com os objetivos organizacionais, procurando manter harmonia e coerência entre a identidade e a imagem da empresa (ASHLEY, 2002, p.40).

A busca de um retorno institucional a partir das práticas de RSC é uma opção estratégica das empresas. Para Melo Neto e Froes (2001, p.40),

o exercício da responsabilidade social é orientada para a melhoria da imagem institucional da empresa, o que se traduz na melhoria da sua reputação. São os ganhos institucionais da condição de empresa-cidadã que justificam os investimentos em ações sociais.

A atenção aos aspectos sociais, políticos, econômicos e legais na relação com os *stakeholders* é fator fundamental para o posicionamento estratégico das empresas quanto à RSC. “A imagem que se tem do conceito de empresa afetará a amplitude de visão e de mudanças quanto à responsabilidade social nos negócios” (ASHLEY, 2002, p.40).

Os dados obtidos por meio da pesquisa de campo desta pesquisa contemplam as considerações de alguns autores sobre IO e ImO comentados nesse último subitem. Mas, a preocupação inicial quando da criação do Estatuto da Lavoura Canavieira (ELC) não abrangia a questão da projeção da ImO. As iniciativas sociais focavam em benefícios para os funcionários e para a comunidade.

4. O SETOR SUCROALCOOLEIRO NO BRASIL

O capítulo apresenta uma breve retrospectiva do surgimento da atividade canavieira no País, comenta o processo de legislação do setor e o advento da preocupação social nessa atividade. Inclui também uma apresentação sobre o setor sucroalcooleiro, com o objetivo de explicitar as dimensões econômica, social, legal, trabalhista e ambiental, que o caracteriza.

4.1 Surgimento da Atividade Canavieira no País

No início do século XVI, Portugal incentivou o desenvolvimento da cultura canavieira no Brasil-Colônia, com o objetivo de concretizar a colonização e a defesa das terras brasileiras que estavam ameaçadas por corsários franceses, ingleses e espanhóis. A Coroa portuguesa também estava interessada na obtenção de divisas com a produção de açúcar no Brasil-Colônia numa concepção mercantilista. O açúcar era um produto de importante entrada e projeção no mercado internacional, especialmente na Europa (SHIKIDA, 1997).

Além das características edafo-climáticas (solo e clima), que favoreciam o cultivo da cana-de-açúcar no Brasil, uma série de medidas de incentivo à ampliação dessa cultura também colocou o açúcar em lugar de destaque no País. Entre 1530 e 1650, o País viveu o chamado ciclo do açúcar, resultado do prestígio da cana-de-açúcar na economia colonial brasileira.

No caso do Estado de São Paulo, em especial, até a terceira parte do século XIX, a produção de açúcar, primeiro apoio da economia paulista na Colônia – atividade simples de engenho movido à tração animal –, viveu momentos de instabilidades, “ora como produto comercial, ora como gênero de subsistência, tendo vivido uma fase áurea entre fins do século XVIII e meados do século XIX” (SOARES, 2000, p.7).

Nesse contexto, a construção dos engenhos centrais tornou-se necessária em 1875, com a introdução de equipamentos modernos e a divisão do trabalho entre o cultivo da cana e a fabricação do açúcar. Nos engenhos centrais, estaria concentrado o estágio industrial do processo de produção de açúcar, com a compra de cana dos produtores, os quais tinham a tarefa de cultivo da cana (SUZIGAN, 1986).

Segundo Ramos (1991), a estrutura de poder e de dominação social, econômica e política, caracterizada pela concentração e pelo monopólio da propriedade fundiária

dificultou, de certa forma, a tentativa de mudança e inovação na agroindústria canavieira do Brasil na separação entre atividades agrícola e industrial e no uso da mecanização. A falta de constante fornecimento de matéria-prima também levou ao declínio dos engenhos centrais no Brasil entre o final do século XIX e o início do XX. O fracasso da política de engenhos centrais no Brasil em relação à irregularidade no fornecimento de cana, à escassez de capital e à especulação mercantil foi causada, entre outros fatores, pela política pouco realista adotada pelos governantes da época.

Entre outras causas para o fracasso da política de engenhos centrais no Brasil, Ramos (1991) destaca a crise geral capitalista de 1873 a meados de 1890 e a maior atratividade do café, das ferrovias, dos empréstimos do Estado e outras atividades para os investidores estrangeiros em comparação ao açúcar. O empreendimento, fundamentado na tecnologia da Revolução Industrial e na garantia estatal de juros sobre o capital investido, estimulou o desenvolvimento das relações de produção capitalistas no País.

Para Lima (1992), da passagem dos engenhos centrais às usinas, conceituadas como unidades produtoras sucessoras dos engenhos centrais, observa-se uma mudança no ciclo econômico da atividade canavieira. Houve uma melhoria significativa da matéria-prima e do rendimento industrial, resultantes do incremento dos processos de cultivo, seleção de mudas e técnicas de irrigação. Vale lembrar que a otimização dos recursos somente foi possível pela atuação das usinas (SUZIGAN, 1986).

Os avanços advindos da fase das usinas, contudo, não foram suficientes para fomentar a agroindústria canavieira nacional. Soares (2000) comenta que, entre 1890 e 1933, período caracterizado pelo término dos engenhos centrais e a limitação da produção, a economia açucareira nacional foi relativamente abandonada pelo Governo Republicano. A atividade passou a ser desenvolvida para atender à demanda do mercado interno dentro de uma política liberalista. A esse cenário desfavorável acrescenta-se a crise de superprodução do açúcar e a crise econômica mundial de 1929, que resultou na intervenção do Estado na atividade açucareira do Brasil, com o objetivo de restaurar o equilíbrio entre oferta e procura do produto.

Em decorrência das sucessivas crises, surge a pedido dos senhores de engenho, das usinas e dos fornecedores o Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA) em junho de 1933, através do Decreto-Lei nº. 22.789. Os principais objetivos eram solucionar o problema da superprodução da agroindústria canavieira por meio do planejamento e controle anual da produção, garantindo o equilíbrio da demanda interna e externa do açúcar. Além disso, o IAA incentivava a produção de álcool combustível no Brasil e assegurava a distribuição, o

consumo e a exportação do produto final – o Instituto atuava como intermediador dos interesses desses atores econômicos.

“A principal atribuição do IAA era a determinação dos limites de produção de álcool e açúcar de cada usina, que seria determinado com base nos estoques de açúcar existentes no País e nas estimativas das safras a iniciar-se” (MORAES, 2000, p.46-47).

A partir de 1933, com a criação do Instituto e a política adotada pelo governo federal que visava reservar, através da limitação da produção, parte do mercado consumidor paulista para a agroindústria açucareira nordestina, diversos fatores convergiram no sentido de tornar São Paulo auto-suficiente na produção de açúcar e exportador do produto. É nesse cenário que o Estado teve seu parque industrial açucareiro desenvolvido, o qual já registrava grande acumulação de capital, crescente mercado consumidor e aprimoramento da pesquisa científica e tecnológica na lavoura canavieira.

4.2 A Legislação Sucroalcooleira e o Surgimento da Preocupação Social

A partir da criação do IAA e num processo de desenvolvimento do setor sucroalcooleiro no Brasil, ocorre a promulgação do Estatuto da Lavoura Canavieira (ELC) por meio da lei nº. 3.855 de 1941, inaugurando um período caracterizado por preocupações com os direitos dos lavradores das usinas e de suas famílias.

O Estatuto era considerado parte de uma política de redistribuição de renda em benefício dos fornecedores e trabalhadores da cana. Instituiu as relações dos fornecedores e lavradores de cana com os usineiros, para um melhor desenvolvimento do setor (SOARES, 2003, p.36).

O objetivo do Estatuto era regularizar as relações entre fornecedores de cana e produtores de açúcar e álcool. Entre as inovações estiveram a legalização da figura do fornecedor de cana e a cota de fornecimento a ele destinada. Considera-se fornecedor “todo lavrador que, cultivando terras próprias ou alheias, haja fornecido canas a uma mesma usina, diretamente ou por interposta pessoa, durante três ou mais safras consecutivas” (INSTITUTO DO AÇÚCAR E DO ÁLCOOL, 1956, p.17).

Por meio do ELC, as relações entre empregado e empregador (usinas ou destilarias) foram regulamentadas por meio de contratos-tipos, garantindo direito à estabilidade, à moradia, terras próximas aos domicílios para o plantio de sua subsistência, à

assistência médica e hospitalar, ensino primário gratuito às crianças. O Estatuto também proibia a queda na remuneração do lavrador em função de eventuais fracassos na colheita.

Além do ELC, mais decretos-leis que abrangiam outros aspectos da função e das obrigações das destilarias ou usinas foram determinados pelo governo federal. O Decreto-Lei nº. 6.969, de 19 de outubro de 1944, que se refere aos fornecedores de cana que lavram a terra alheia, regulamenta alguns benefícios à assistência médico-legal:

- assistência médica, dentária e manutenção de ambulatório na usina;
- assistência hospitalar;
- manutenção de creche e maternidade;
- manutenção de escolas primárias e de cursos práticos de agricultura para os filhos dos colonos-fornecedores e de seus agregados ou empregados;
- manutenção de instituições de pré-escola e bolsas de estudo;
- manutenção de parques recreativos para crianças e de instituições de recreação para os adultos;
- realização de serviços de saneamento nos locais de moradia de seus empregados (INSTITUTO DO AÇÚCAR E DO ÁLCOOL, 1956, p.50).

Em 1º de dezembro de 1965, promulga-se a lei nº. 4.870, considerada complementar ao ELC e ao Decreto-Lei nº. 6.969. Ela dispõe sobre a produção açucareira, a receita do IAA e sua aplicação, e fornece outras providências.

O artigo 23 da mesma lei refere-se à aplicação da receita líquida do IAA. Um percentual de até 70% do total desse montante seria investido na agricultura e na indústria, englobando atividades de pesquisa, experimentação, transporte, mecanização, irrigação, fomento, reequipamento de usinas, destilarias e financiamento de fábricas de subprodutos e derivados. Até 10% desse total seria alocado para financiamento e custeio de serviços de assistência aos trabalhadores da agroindústria canavieira e seus dependentes. O restante seria utilizado de forma adicional ao financiamento da entressafra, e de adubos aos fornecedores de cana.

Quanto ao valor destinado à assistência aos fornecedores, os programas sociais focavam a higiene e a saúde, a complementação dos programas de educação profissional e de tipo médio gratuitas, o estímulo e financiamento a cooperativas de consumo, o financiamento de culturas de subsistência em áreas utilizadas por trabalhadores rurais, além de incentivar programas educativos, culturais e de recreação.

Por meio da lei nº. 4.870, os produtores de cana, açúcar e álcool deveriam aplicar em benefício dos trabalhadores industriais e agrícolas das usinas, destilarias e fornecedores

serviços de assistência médica, hospitalar, farmacêutica e social, quantia correspondente ao percentual mínimo:

- de 1% sobre o preço da saca de açúcar de 60 quilos;
- de 1% sobre o preço oficial da tonelada da cana entregue às usinas, destilarias, anexas ou autônomas, pelos fornecedores ou lavradores de cana-de-açúcar;
- de 1% sobre o valor oficial do litro de álcool, de qualquer tipo, produzido nas destilarias.

Tais recursos seriam investidos diretamente pelas usinas, destilarias e fornecedores de cana, individualmente ou através de associações de classe. A falta de aplicação desses valores mínimos acarretava às usinas, destilarias e fornecedores de cana uma multa equivalente ao dobro da importância que tiver deixado de aplicar.

O artigo 37 da mesma lei também delegava poderes ao IAA para coordenar juntamente com órgãos da União, Estados, municípios e entidades privadas a execução dos programas de assistência social das usinas, destilarias e fornecedores. A partir desse momento, observou-se o início de parcerias entre os poderes público e privado para agir no cumprimento de objetivos comuns.

A lei nº. 3.855 de 1941 que decretou o ELC instituiu uma taxa incidente de 1,5% sobre o preço oficial da tonelada de cana entregue pelos fornecedores às usinas ou destilarias, com o objetivo principal de financiar a entressafra. Os recursos remanescentes somados às reservas do IAA seriam destinados ao melhoramento da vida do trabalhador rural por meio de subvenções às instituições educativas e de assistência médica; criação e manutenção de escolas práticas para preparação de profissionais adestrados ao tamanho científico do solo; criação e manutenção de cursos de aperfeiçoamento para agrônomos e químicos, destinados à formação de instrutores especializados na lavoura canavieira e indústria açucareira (INSTITUTO DO AÇÚCAR E DO ÁLCOOL, 1956, p.38-39).

Em 2 de agosto de 1995, após 30 anos da promulgação do Decreto-Lei nº. 6.969, criou-se a Portaria nº. 304, referente ao Plano de Assistência Social (PAS), estabelecendo as normas para a prestação de assistência social aos trabalhadores de usinas, destilarias e fornecedores de cana-de-açúcar. A portaria representou um reforço no que diz respeito ao percentual extraído do preço da saca de açúcar⁴ e do litro de álcool⁵ aplicados diretamente

⁴ Nessa Portaria, a porcentagem utilizada em benefício dos trabalhadores é sobre o preço oficial da saca de açúcar de 50 quilos. O preço oficial refere-se ao preço de liquidação, excluídos os tributos e outros encargos incidentes.

⁵ A referida Portaria considera preço oficial do álcool o preço de venda, excluídos os impostos e outros encargos.

pelas usinas e destilarias. Além disso, o percentual aplicado sobre o valor da tonelada de cana⁶ deveria ser investido pelos fornecedores por intermédio de associações de classe.

A Portaria modifica o artigo 36 da lei nº. 4.870, que determinava os percentuais de investimento dos produtores de cana, açúcar e álcool aos trabalhadores industriais e agrícolas. Ficou estabelecido percentuais de:

- 1% sobre o preço oficial da saca de açúcar de 50 quilos de qualquer tipo;
- 1% sobre o preço oficial da tonelada de cana entregue, a qualquer título, às usinas, destilarias, anexas ou autônomas, pelos fornecedores ou lavradores da referida matéria;
- 2% sobre o valor oficial do litro do álcool, de qualquer tipo, produzido nas destilarias (INSTITUTO DO AÇÚCAR E DO ÁLCOOL, 1956).

Outra mudança determinada pela Portaria estabelece que “a assistência social do setor sucroalcooleiro pode contribuir com a ação do Programa Comunidade Solidária”, realizando convênios com entidades públicas para atender às diretrizes do Programa. Estabelece-se a execução dos programas de assistência social a serem desenvolvidos pelas usinas, destilarias e associações de fornecedores com preferência nessa ordem: assistência médica, hospitalar, farmacêutica e odontológica; assistência recreativa; e outros programas de auxílio social e de educação, inclusive de alimentação e nutrição.

Em 1996, é firmado o Acordo Interministerial, assegurando o compromisso entre os Estados, as confederações nacionais patronais, as centrais sindicais, a confederação dos trabalhadores da agricultura, o Conselho do Programa Comunidade Solidária e as Organizações Não-Governamentais (ONG) para a erradicação do trabalho infantil nas áreas de atividades econômicas e a proteção ao adolescente trabalhador, inclusive sua profissionalização.

A Portaria nº.199, de 6 de setembro de 1996, estabelece uma nova redação à Portaria vigente de nº. 304 de 1995. Acrescenta-se à assistência social, visando a erradicação do trabalho infantil na lavoura canavieira. Fica determinado que os produtores de cana, açúcar e álcool devem fornecer uma bolsa de R\$ 25,00 a cada criança e/ou adolescente matriculados na escola e com frequência às aulas⁷ (INSTITUTO DO AÇÚCAR E DO ÁLCOOL, 1956).

Após a desregulamentação do setor sucroalcooleiro pelo governo federal no final da década de 90, o ELC é substituído pela representação econômica e profissional da

⁶ A Portaria considera preço oficial da tonelada de cana preço básico estadual no campo.

⁷ Atualmente, o valor pago a cada criança e/ou adolescente foi alterado de R\$ 25,00 para R\$ 40,00, sendo fornecido pelo Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI) do governo federal. O público-alvo são crianças e adolescentes com idade entre 7 e 15 anos retiradas do trabalho.

Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) por meio de dois sindicatos: o Sindicato das Indústrias de Fabricação do Alcool do Estado de São Paulo (Sifaesp) e o Sindicato da Indústria do Açúcar no Estado de São Paulo (Siaesp). Os fornecedores e companhias agrícolas no meio rural passam a ser representados pelos Sindicatos Rurais Patronais e pela Federação da Agricultura do Estado de São Paulo (Faesp) e os trabalhadores, pelos Sindicatos dos Trabalhadores ou dos Empregados Rurais e/ou suas respectivas federações.

Diante da desregulamentação ao final dos anos 90, e devido à necessidade de organização do setor de açúcar e álcool no Brasil, foi criada em 1997, a União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica). Essa entidade é a representante do setor empresarial produtor de cana, açúcar e álcool no Estado de São Paulo, com mais de 100 unidades industriais associadas, agrupada em dois sindicatos: o Sifaesp e o Siaesp. Ela permitiu a unificação das ações institucionais numa só entidade, fortalecendo as relações com o governo e a sociedade. O início de adaptação do setor no livre mercado levou à profissionalização da entidade em 2000, com a criação do cargo de presidente-executivo e à introdução dos cargos de diretor técnico e de secretário-geral em 2003.

Visando a expansão do setor sucroalcooleiro em vários âmbitos, a Unica apóia iniciativas governamentais para a derrubada das barreiras protecionistas no cenário global. A entidade também defende a internacionalização da produção e do uso do álcool combustível, a fim de torná-lo uma *commodity* ambiental.

A entidade assumiu compromisso com o desenvolvimento sustentável e explicita seus propósitos, transformando-os em objetivos:

- promover o açúcar e o álcool combustível no que se refere à melhoria da saúde pública e do meio ambiente;
- desenvolver políticas que proporcionem competitividade à biomassa, por ser energia limpa e renovável;
- caracterizar a energia da biomassa como alternativa concreta às fontes fósseis, tendo em vista suas propriedades ambientais, sociais e econômicas, entre elas a redução da poluição local e global, melhorando o ar nos grandes centros urbanos e contribuindo para a diminuição das substâncias que provocam o efeito estufa;
- a geração de emprego e de renda de forma descentralizada, contribuindo para a redução das desigualdades sociais;
- a contribuição para a redução da dependência do petróleo e do consumo de combustíveis fósseis (UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR, 2007).

A partir de 2002, a Unica criou um núcleo de RSC para articular e divulgar as ações sociais desenvolvidas pelas usinas de açúcar e álcool nas áreas de educação, meio ambiente, saúde, esporte e cultura. Em 2004, a entidade publicou o primeiro relatório social intitulado “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, representando uma mostra do trabalho desenvolvido pelas usinas afiliadas (UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR, 2004).

4.3 Caracterização do Setor Sucroalcooleiro

4.3.1 Dimensão econômica

O setor sucroalcooleiro do Brasil é considerado evidente propulsor de desenvolvimento, com expressiva dimensão social e base de sustentação econômica no País. Pesquisa do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) feita em parceria com a Confederação Nacional da Agricultura (CNA) aponta que o PIB do agronegócio brasileiro resultou em R\$ 540 bilhões em 2006, aumento de 0,45% em relação a 2005. O comportamento favorável do setor agrícola foi resultado do segmento industrial no período, principalmente do setor sucroalcooleiro, que teve um crescimento de 46,9% para a indústria de açúcar e de 15,1% para a de álcool (BARROS e SILVA, 2007).

Na safra 2006/07, a atividade canavieira movimentou R\$ 41 bilhões no Brasil, recolhendo R\$ 12 bilhões em impostos e taxas e investindo R\$ 5 bilhões por ano-safra. O setor reuniu 72.000 agricultores naquela temporada, sendo composto por 344 usinas e destilarias em operação, além dos projetos de novas unidades (CANA..., 2007).

O setor também contribuiu para as exportações brasileiras em 2006, registrando o maior aumento das vendas externas de açúcar e álcool em comparação ao ano anterior frente a outros produtos. Em 2006, o Brasil exportou 3,4 bilhões de litros de álcool, gerando uma receita de US\$ 1,604 bilhão. Os Estados Unidos foram o maior importador do produto brasileiro. Para o açúcar, as vendas de cristal e refinado somaram 18,9 milhões de toneladas em 2006, o que representou US\$ 6,17 bilhões obtidos (SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR, 2006).

No Estado de São Paulo, maior produtor de cana-de-açúcar do Brasil, o setor sucroalcooleiro participou com 45,5% no valor total da atividade agropecuária em 2006. O montante obtido com as exportações paulistas de álcool confirma a importância da atividade

no Estado: 2,54 bilhões de litros, gerando R\$ 15 bilhões em 2006 (TSUNECHIRO et al., 2006).

O uso do etanol em substituição à gasolina também vem reduzindo o valor das divisas gastas pelo Brasil. Considerando o volume de gasolina substituído e multiplicando-se pelo seu preço no mercado internacional, as importações representaram uma economia de US\$ 60,7 bilhões entre 1976 e 2004 (dólares constantes de dezembro de 2004). A economia sobre os juros da dívida externa foi de US\$ 121,3 bilhões (MACEDO, 2005a).

4.3.2 Dimensão social: aspectos favoráveis

Considerando o aspecto trabalhista, o setor sucroalcooleiro também tem grande peso na geração de empregos e de renda, na capacitação da mão-de-obra e flexibilidade no uso de diversas tecnologias. O agronegócio brasileiro gera 14% dos empregos totais do País. Apenas a atividade canavieira responde por 35% do PIB do agronegócio e reúne 6% dos empregos agroindustriais brasileiros. A atividade canavieira do Brasil emprega cerca de um milhão de pessoas de forma direta e, aproximadamente, 4 milhões indiretamente. O Estado de São Paulo participa com 400 mil empregos diretos, dos quais 95% dos trabalhadores paulistas possuem carteira assinada. Computando também os empregos indiretos, perfaz-se um total de 1,2 milhão de empregos apenas no Estado (UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR, 2004).

Além disso, algumas ações governamentais têm contribuído para a melhoria das relações de trabalho no setor sucroalcooleiro, resultando no aumento do registro em carteira e na redução do trabalho infantil. Iniciativas como do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) com foco na fiscalização iniciada desde a etapa de plantio da cana demonstram que essa cultura ocupa posição vantajosa em aspectos sociais frente a outras, como a da laranja (VIALLI, 2007).

Outro efeito positivo da atividade canavieira, comentado por Guedes, Gallo e Martins (2002) remete à diminuição dos fluxos migratórios para os municípios e o inchaço populacional urbano e seus aspectos desfavoráveis por causa da ocupação intensiva da força de trabalho.

4.3.3 Dimensão social: aspectos desfavoráveis

Alguns aspectos desfavoráveis das relações de trabalho na agroindústria canavieira podem ser destacados. A informalidade das relações de trabalho – sem vínculo com a usina, desconsiderando as garantias legais no emprego – é apontada por Paixão (2000) como um dos fatores desfavoráveis da dimensão social da atividade canavieira.

Outra questão diz respeito à sazonalidade dos postos de trabalho. Durante a entressafra, os bóias-frias ficam sem trabalho na cultura, forçando-os a procurar empregos em outras áreas. O autor ressalta que o cenário torna-se ainda mais drástico se levado em conta que a monocultura da cana e a concentração fundiária reduziram outras formas de ocupação produtiva nas áreas de influência dos canaviais. Observa-se, então, um *trade-off*, uma vez que para reduzir a sazonalidade há a necessidade da redução no nível emprego.

Além disso, outro ponto desfavorável à atividade canavieira refere-se à redução dos postos de trabalhos diante do uso da mecanização em detrimento da queimada e da reestruturação do processo produtivo como em qualquer outro setor da economia (PAIXÃO, 2000). Segundo estudo realizado por Romanach e Caron (1999), a utilização de máquinas em 85% da área plantada com cana-de-açúcar em uma usina do Estado de São Paulo considerada avançada tecnologicamente neste sistema durante a safra 1998/99 resultaria na diminuição de 44,6% no número de empregados envolvidos na colheita da cultura daquela empresa. E mais, significaria dispensar 18,3% do total de funcionários empregados nessa atividade ao longo da safra.

Novamente, encontra-se um entrave: ou gera-se formas alternativas de trabalhos frente à eventual redução do corte de cana manual ou escolhe-se pela diminuição das queimadas e no bem-estar da sociedade.

Ainda na dimensão social, a oscilação do salário dos bóias-frias, que durante a safra é computado por produção e, na entressafra, utilizando-se o piso salarial, é outro aspecto desfavorável observado na agroindústria canavieira. Há de se concordar que os níveis de salários praticados na atividade são bastante superiores ao verificado em outros setores agropecuários do Brasil. Em alguns estados, observa-se uma significativa tendência em reduzir o salário real do cortador de cana. Se no Estado de São Paulo os cortadores de cana são apenas pessoas pobres, em outras áreas canavieiras do Brasil o exercício da profissão de cortador de cana significa estar muito próximo da indigência (PAIXÃO, 2000).

Além da variação do salário na safra e na entressafra, verificam-se fraudes nas medições do trabalho no setor sucroalcooleiro. O aumento da intensidade do trabalho pelo

bóia-fria pode garantir-lhe incremento pecuniário (salário a ser recebido). Muitas vezes, contudo, esse esforço é utilizado de forma ilegal pelos gerentes e fiscais contra os trabalhadores, com o intuito de forçá-los a trabalhar além do limite físico. O resultado dessas práticas pode culminar na redução da produtividade do trabalhador e, em outros casos, a ausência de registro formal de trabalho ou a falta de pagamento dos direitos sociais.

Ferraz (2000) destaca como outros aspectos negativos o choque sociocultural e a reestruturação familiar (as moradias passam a ser muitas vezes alojamentos), resultantes do deslocamento de agricultores para a zona urbana ou de trabalhadores para o meio rural no período da safra.

4.3.4 Dimensão legal: licenciamento ambiental

Tendo em vista que a atividade canavieira interfere na alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, ela deve submeter-se ao Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), do Ministério do Meio Ambiente, e responder pela elaboração dos Estudos de Impacto Ambiental (EIA) e do Relatório de Impacto Ambiental (RIMA). No caso, essa legislação aplica-se a todos os projetos de empreendimento da atividade canavieira (CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE, 1986).

No caso de áreas mais sensíveis sob o ponto de vista ambiental, uma atenção especial é demandada para o estabelecimento das atividades agroindustriais. São as chamadas Áreas de Proteção Ambiental (APA) e as Áreas de Recarga de Aquíferos, de acordo com a resolução de nº 001/86, de 23 de janeiro de 1986.

Segundo a Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo (SMA-SP), APAs são consideradas:

espaços de planejamento e gestão ambiental de extensas áreas que possuem ecossistemas de importância regional, englobando um ou mais atributos ambientais. Necessitam de um ordenamento territorial orientado para o uso sustentável dos recursos naturais, elaborado por meio de processos participativos da sociedade, que resultem na melhoria da qualidade de vida das comunidades locais. Representam unidades de gestão integradas que tem como objetivo traduzir na prática o desafio do desenvolvimento sustentável, procurando harmonizar a conservação e a recuperação ambiental e as necessidades humanas (SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE, 2007).

A resolução nº 010, de 14 de dezembro de 1988, do Conama, determina que as APAs devem apresentar um zoneamento ecológico-econômico, estabelecendo normas de uso,

de acordo com as condições locais bióticas, geológicas, urbanísticas, agro-pastoris, extrativistas, culturais e outras. Além disso, todas as APAs devem possuir em seu perímetro uma Zona de Vida Silvestre (ZVS). Por meio de diplomas legais, que criaram a maioria das APAs estaduais, define-se ZVS como áreas abrangidas por remanescentes da flora original e as áreas de preservação permanente definidas pelo Código Florestal.

No que se refere às áreas de recargas, define-se aquífero ou depósito natural de águas subterrâneas como solo, rocha ou sedimento permeáveis capazes de fornecer água subterrânea, natural ou artificialmente captada. A água subterrânea tem importante papel no abastecimento público de muitas cidades do Estado de São Paulo para o desenvolvimento das atividades econômicas e de lazer (CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE, 1986).

A preservação contínua dos depósitos naturais de águas subterrâneas inclui ações relacionadas à avaliação dos recursos hídricos subterrâneos, ao planejamento do aproveitamento racional, à outorga e fiscalização dos direitos de uso dessas águas e à aplicação de medidas relativas à conservação dos recursos hídricos subterrâneos.

Outro aspecto legal na questão do meio ambiente refere-se às matas ciliares, sua conservação e restauração. A principal norma brasileira sobre florestas é o Código Florestal, em que constam itens aplicáveis às matas ciliares, segundo a lei nº. 4.771, de 15 de setembro de 1965. São consideradas de preservação permanente, pelo efeito desta lei, as florestas e demais formas de vegetação natural situadas:

- a) ao longo de rios ou de qualquer curso d'água desde o seu nível mais alto em faixa marginal;
- b) ao redor de lagoas, lagos ou reservatórios d'água naturais ou artificiais;
- c) nas nascentes, ainda que intermitentes e nos chamados "olhos d'água", qualquer que seja a situação topográfica, num raio mínimo de 50 m.

As matas ciliares constituem o principal exemplo de Áreas de Preservação Permanente (APP), definidas pelo Código Florestal e seu regulamento. As matas ciliares são protegidas do corte, mas sua recomposição, se não for caracterizada como uma infração ambiental, não é obrigatória, exceto nos casos das nascentes. Na necessidade de reposição florestal, deverão ser priorizados projetos que contemplem a utilização de espécies nativas.

4.3.5 Dimensão legal: queimada da cana

Inicialmente, o Decreto-Lei estadual de 16 de abril de 1997 previa a proibição gradativa da queimada de cana no Brasil. De 19 de setembro de 2002, quando foi

regulamentada a lei nº. 11.241 pelo governador Geraldo Alckmin, até os dias atuais, contudo, segue em vigência a ordem de proibição do uso do fogo como método despalhador e facilitador do corte de cana-de-açúcar, conforme o Decreto do Governo Federal nº 2.661, de 8 de julho de 1998. Por meio dessa lei, estabelece-se o cronograma de eliminação da queima e a determinação de áreas de proibição como faixas de proteção nas proximidades de perímetros urbanos e das reservas e áreas tradicionalmente ocupadas por indígenas, áreas de domínio de subestações de energia elétrica e estações de telecomunicações, estação ecológica, reservas biológicas, parques, ferrovias e rodovias federais e estaduais, aeroportos, reservas florestais e unidades de conservação e faixas de segurança das linhas de transmissão e distribuição de energia elétrica.

A Tabela 1 apresenta o cronograma de redução determinado pela legislação estadual e federal da queima da palha da cana-de-açúcar para produtores que a utiliza como método de pré-colheita.

Tabela 1 – Cronograma da redução da queima da cana

Decreto Estadual (São Paulo) 2002			Lei Federal 1998		
Ano	Área mecanizável ¹	Área não-mecanizável ²	Ano	Área mecanizável ¹	Área não-mecanizável ²
2002	20%	-			
2006 (5º ano)	30%	-	2003 (5º ano)	25%	-
2011 (10º ano)	50%	10%	2008 (10º ano)	50%	-
2016 (15º ano)	80%	20%	2013 (15º ano)	75%	-
2021 (20º ano)	100%	30%	2018 (20º ano)	100%	-
2026 (25º ano)	-	50%			
2031 (30º ano)	-	100%			

Fonte: Secretaria do Meio Ambiente (2007).

¹ Área mecanizável: declividade igual ou menor a 12%

² Área não-mecanizável: declividade igual ou maior a 12%

Mas, em 04 de junho de 2007, o Governo do Estado de São Paulo e a Unica firmaram um protocolo de cooperação entre si para a adoção de ações destinadas a consolidar o desenvolvimento sustentável da indústria da cana-de-açúcar no Estado de São Paulo. Ou seja, produtores e as usinas deverão antecipar, nas áreas com declividade até 12%, o prazo final para a eliminação da queimada da cana, de 2021 para 2014, adiantando o percentual de cana não-queimada, em 2010, de 50% para 70%. Para os terrenos com declividade acima de 12%, o término final para a eliminação dessa prática será em 2017 antes prevista para 2031; o percentual de cana não-queimada, em 2010, passará de 10% para 30%.

Para atender à legislação, a mecanização da colheita deverá atingir 100% de área cultivada em solos com declividade compatível com esta prática no País até 2018. Nas áreas cultivadas em solos com maior declividade, o Decreto federal não proíbe a queima, enquanto o Decreto estadual prevê o término de queima em 30 anos (2031). O fato de essas áreas não permitirem a mecanização da colheita de cana e o custo da atividade manual sem o uso da queimada reduzir a competitividade resultam em um deslocamento de produtores para áreas de melhores características topográficas (MACEDO, 2005b).

4.3.6 Dimensão legal: legislação trabalhista

Para o setor industrial sucroalcooleiro, a representação econômica e profissional é definida pelo artigo 577 da CLT por meio do Grupo 1, que engloba a indústria da alimentação no que tange à produção do açúcar, e do Grupo 10 relacionado às indústrias químicas e farmacêuticas na produção do álcool. Nessa ordem, a atividade está agrupada em dois sindicatos: o Sifasp e o Siaesp (UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR, 2007).

Os fornecedores e companhias agrícolas no meio rural são representados pelos Sindicatos Rurais Patronais e pela Faesp. Os trabalhadores, por sua vez, são representados pelos Sindicatos dos Trabalhadores ou dos Empregados Rurais e/ou suas respectivas federações.

Esses sindicatos também são responsáveis pela convenção de normas coletivas, que contemplam a concessão de benefícios variáveis de empresa para empresa. Entre eles se destacam: assistência médica, odontológica, ótica e farmacêutica, seguro de vida, refeição, cesta básica, vales para refeição e transporte, previdência privada, auxílios doença e funeral, assistência escolar, desjejum, cestas de Natal, convênio com supermercado, empréstimo financeiro, vendas subsidiadas e acesso a cooperativas de crédito.

4.3.7 Dimensão ambiental: impactos positivos

O uso do etanol puro ou misturado à gasolina nos centros urbanos gera efeitos positivos na questão da qualidade do ar como a eliminação dos compostos de chumbo na gasolina; a redução nas emissões de monóxido de carbono na atmosfera; a eliminação de enxofre e material particulado; emissões menos tóxicas e fotoquimicamente reativas de compostos orgânicos entre outros.

Esses aspectos favoráveis posicionam o setor sucroalcooleiro como altamente rico na relação entre a energia renovável produzida com o etanol e a energia fóssil usada, ou seja, para cada unidade de energia fóssil gasta no ciclo produtivo, geram-se 8,3 de energia renovável do etanol. Esse coeficiente demonstra o desempenho favorável da atividade canavieira, evitando emissões de gases de efeito estufa (GEE) equivalentes a 13% das emissões de todo o setor de energia no Brasil. Em 2003, foi evitada a emissão de 27,5 Mt⁸ CO₂ equivalentes com a utilização do biocombustível em substituição à gasolina (MACEDO, 2005a, p.30-31).

Quanto à água, o autor aponta que o uso da irrigação agrícola na cana é muito pequeno, resultando num nível de captação e lançamento de água para uso industrial reduzido. Considerando-se a cana já colhida e para ser processada na indústria, o nível de reutilização da água é alto, e a eficiência no tratamento para lançamento desse recurso está acima de 98%. Em geral, os problemas ambientais com a qualidade da água decorrentes de irrigação e uso industrial não são encontrados no Estado de São Paulo.

“O Brasil oferece exemplo prático de desenvolvimento sustentável ao combinar contribuição à melhoria do meio ambiente, exploração de vocações econômicas locais e geração descentralizada de empregos e renda” (TETTI, 2002, p.203).

Considerando os aspectos positivos e negativos dessa cultura, a autora complementa que o posicionamento estratégico do Brasil frente aos demais países do mundo é importante por caracterizar-se como o maior produtor mundial de açúcar e álcool e também possuir uma das maiores matrizes energéticas mais limpas e renováveis do planeta. Porém, no aspecto da sustentabilidade, a imagem positiva do setor sucroalcooleiro deve ser construída continuamente.

Por essa posição vantajosa como líder mundial na produção de álcool frente aos demais países do mundo, a imagem do Brasil fica mais exposta a possíveis questionamentos a respeito das preocupações com aspectos da atividade canavieira (VIALLI, 2007).

⁸ Mt equivale a milhões de toneladas.

4.3.8 Dimensão ambiental: impactos negativos

Como qualquer outro processo produtivo, algumas externalidades negativas de ordem ambiental podem ser observadas na atividade canavieira.

No tocante à qualidade do ar nas regiões canavieiras, têm-se demonstrado que, durante a queimada da cana-de-açúcar, a qualidade do ar é prejudicada nesses locais devido à liberação de gases poluentes como monóxido e dióxido de carbono e ozônio. Como consequência, aumentam as ocorrências de casos de doenças respiratórias em regiões produtoras de cana-de-açúcar (ROMANACH e CARON,1999).

Quanto à água, recurso natural amplamente empregado no processo de produção de álcool, ainda que a utilização na cultura canavieira seja praticamente nula, é na área industrial que a água é usada amplamente. Oliveira, Guidastre e Ripamonti (2004, p.1) apresentam as etapas pelas quais passam a água na indústria:

[...] o consumo de água nesta indústria é enorme e começa na lavoura da cana, perdurando por todo o processo de produção. [...] Quando a cana-de-açúcar chega na usina ela é lavada com água do rio, sem tratamento. Depois a cana é esmagada e o bagaço é lavado com água para aumentar o rendimento. A garapa é então evaporada em caldeias para aumentar a concentração de açúcar para depois sofrer a fermentação (que transforma o açúcar em álcool). A água também é usada na limpeza dos equipamentos e no resfriamento das máquinas. [...] O bagaço lavado e prensado é queimado para aquecer as caldeiras. Água limpa e tratada circula na tubulação e vaporiza. O vapor de água produzido move turbinas geradoras da eletricidade consumida na indústria.

Outra externalidade negativa da atividade canavieira é a produção de resíduos industriais, como a vinhaça. Considerada um líquido poluente e corrosivo, ela é reutilizada na lavoura através de métodos de fertirrigação pela sua riqueza em potássio, matéria orgânica e teor de água. Existe certa unanimidade entre autores quanto à questão dos benefícios nutricionais à planta com a utilização da vinhaça na lavoura, entre eles a alteração positiva nas quantidades de elementos químicos como magnésio, cobre, zinco, manganês e fósforo disponível. Apesar disso, a vinhaça é prejudicial ao solo, visto que pode atingir a camada dos lençóis freáticos, contaminando a água para o consumo humano e animal caso seja utilizado em larga escala (MACEDO, 2000).

Para alguns autores, o uso da fertirrigação soluciona de forma significativa o problema do destino dos efluentes das usinas, mas ainda não é uma prática totalmente segura. A falta de um monitoramento dificulta uma avaliação de seus possíveis impactos negativos

sobre os corpos d'água. Dois procedimentos acabaram sendo adotados para a destinação da vinhaça produzida pela agroindústria canavieira no Estado de São Paulo. Um é a aplicação em locais restritos, conhecidos como áreas de sacrifício. O outro é a aplicação direta nas áreas de cultivo, para restabelecimento de nutrientes do solo, com destaque para o potássio (GUEDES, GALLO e MARTINS, 2000).

Ainda na dimensão ambiental, Ferraz (2000) atribui a contaminação do solo ao uso de adubos, fertilizantes, herbicidas, fungicidas e corretivos, que podem resultar no acúmulo de nutrientes, metais pesados e nitrogenados. Utilizados no cultivo convencional da cana, os herbicidas, inseticidas e fungicidas caracterizam-se também como poluentes do solo, da água da superfície e subterrânea, do trabalhador rural, das culturas e da vegetação natural no seu entorno, incluindo a biota do solo e da fauna em geral. Nesse caso, os efeitos são ampliados quando se realiza essa prática através de aviões, atingindo áreas mais extensas e distantes.

Ferraz (2000) reforça os aspectos negativos, considerando que os corpos d'água podem sofrer um processo de assoreamento dos rios como resultado da erosão dos solos das áreas plantadas, principalmente, na época de renovação dos canaviais. Em relação às queimadas, a prática destrói a microbiota (reduzindo a umidade e a porosidade dos solos), aumentando a compactação e, conseqüentemente, a erosão. Grande parte dos nutrientes é carregada pela lixiviação, aumentando ainda mais com a combustão. O retorno desses nutrientes ao solo ocorre por meio de chuva ácida nociva aos vegetais.

5. METODOLOGIA DA PESQUISA

Esse estudo analisa a percepção do público externo sobre os impactos das externalidades e das ações sociais desenvolvidas por duas usinas de açúcar e álcool. São tratados, neste capítulo, os aspectos relativos aos procedimentos metodológicos adotados para esta finalidade.

5.1 Tipologia da Pesquisa

A definição dos objetivos apresentados na Introdução deste estudo conduziu à escolha pela execução de uma pesquisa qualitativa. Malhotra (2001, p.155) define esta pesquisa como uma “metodologia de pesquisa não-estruturada, exploratória, baseadas em pequenas amostras, que proporciona *insights* e compreensão do contexto do problema”. O autor complementa que, em casos que as pessoas podem ser capazes de dar respostas precisas a perguntas que apelem para seu subconsciente, utiliza-se a pesquisa qualitativa para obter as informações desejadas.

Minayo (2004) ressalta que a pesquisa qualitativa se ocupa de um nível de realidade que não pode ser quantificado, com um universo de significados, crenças e valores, na busca de compreensão da realidade humana vivida socialmente.

Dentre as alternativas metodológicas fornecidas pela abordagem qualitativa, optou-se pela realização de um estudo exploratório seguido de uma pesquisa descritiva.

O estudo exploratório foi desenvolvido na fase inicial da pesquisa por meio de dados secundários e primários. Os dados secundários foram extraídos de diversos documentos, de trabalhos realizados na área do agronegócio brasileiro e através de consulta a sites. Entre os principais documentos consultados destaca-se o relatório “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, da Unica, publicado em 2004. A consulta a esse material contribuiu para a construção de cenários amplos da pesquisa, além de ter propiciado o mapeamento das primeiras sondagens sobre o universo que envolve a questão da RSC no setor sucroalcooleiro do Brasil.

Ainda na fase exploratória do estudo, foram consultadas, de modo aleatório, profissionais que atuam no cargo de assistente social de duas usinas do Estado de São Paulo. As respostas obtidas junto aos mesmos foram necessárias para o afinamento e a apuração dos dados. Tanto as informações documentais (secundárias) quanto as primárias ajudaram na compreensão prévia da pesquisa descritiva, desenvolvida na segunda fase do estudo. Tratam-

se de informações institucionais que propiciaram a caracterização das unidades produtoras participantes do estudo de campo – conforme consta no capítulo 6 –, favorecendo o início da investigação sobre os projetos sociais.

A segunda fase do estudo esteve focada na revisão bibliográfica e na pesquisa descritiva desenvolvida junto às pessoas residentes nas comunidades e que são beneficiadas pelas ações sociais das usinas de açúcar e álcool 14 e 45. Nesse momento, buscou-se explorar as percepções dos beneficiados em relação aos impactos das externalidades e das ações sociais. A pesquisa foi classificada como descritiva, uma vez que visa primordialmente desvendar as características de determinado fenômeno. Segundo Haguette (1990), em pesquisas descritivas, levantam-se as informações sobre situações específicas e relacionadas, com o intuito de oferecer a visualização da totalidade a partir de suas distinções.

Os estudos acadêmicos sobre a RSC parecem não ter avançado tanto na percepção dos agentes beneficiados pelas ações sociais das usinas. Normalmente, focam aspectos como o público interno das empresas (colaboradores) e outros *stakeholders*, a estratégia corporativa, o marketing social. Tal fato justifica a opção por esse público, ou seja, pessoas da comunidade beneficiadas pelos projetos sociais das usinas.

A seguir, apresentam-se os procedimentos metodológicos dos dois estudos realizados.

5.1.1 Estudo exploratório

Conforme comentado anteriormente, este estudo foi realizado na fase da concepção da pesquisa logo no início dos trabalhos por meio de dados secundários obtidos através de diferentes fontes, sendo que a mais expressiva foram documentos da Unica.

Segundo Malhotra (2001, p.105-106), a pesquisa exploratória é uma tipologia que apresenta como principal objetivo o provimento da compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador. Seu uso justifica-se pela possibilidade de definir o problema com maior precisão, “identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais antes que se possa desenvolver uma abordagem”.

O estudo exploratório desta pesquisa iniciou-se em novembro de 2006, se estendendo até julho de 2007, compreendendo o período de concepção da pesquisa, revisão bibliográfica e também o delineamento da metodologia da pesquisa descritiva. Ele está estruturado em: dados secundários, obtidos no relatório “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, da Unica (2004), e dados primários,

coletados junto a assistentes sociais vinculadas a duas usinas, que serviram de referências para as primeiras indagações.

O valor dos dados secundários para um estudo desta natureza é ressaltado por Malhotra (2001, p.128):

O exame dos dados secundários disponíveis é um pré-requisito para a coleta de dados primários. Comece com dados secundários. Prossiga até os dados primários somente quando as fontes de dados secundárias estiverem esgotadas ou produzam retornos apenas marginais.

Uma vez que o interesse do estudo recai sobre as externalidades e ações sociais desenvolvidas pelas usinas, faz-se necessário compreender como essas ações estão classificadas, como se apresentam quanto à sua natureza, de que forma são operacionalizadas, entre outras dimensões. Elegeu-se como campo empírico as usinas associadas à Unica e alocadas no Estado de São Paulo, tal opção decorre pela acessibilidade da pesquisadora com essas empresas.

Um dos primeiros resultados do estudo exploratório pode ser observado no Quadro 5, que apresenta as ações sociais desenvolvidas pelas usinas paulistas associadas à entidade, bem como as áreas em que tais ações se alocam e sua representatividade em termos percentuais e do número de pessoas beneficiadas.

Áreas de Atuação	Número de projetos sociais	Representatividade dos projetos (%)	Pessoas beneficiadas	% Beneficiados
Educação	140	40,3	35.060	45,1
Cultura	26	7,5	2.075	2,7
Meio Ambiente	86	24,8	4.058	5,2
Esporte	33	9,5	7.740	10
Saúde	62	17,9	28.785	37
Total	347	100	77.718	100

Quadro 5 – Demonstrativo das áreas de atuação/número de projetos desenvolvidos pelas usinas associadas à Unica

Fonte: União da Indústria de Cana-de-Açúcar (2004)

Elaboração própria

A partir das informações reunidas no Quadro 5, foi possível construir um outro quadro demonstrativo de todas as ações sociais de cada usina do Estado de São Paulo, bem como indicar as áreas de atuação correspondentes. Esse demonstrativo consta no Apêndice A.

Nota: Observar no quadro apresentado no Apêndice A que o uso de algarismos arábicos na coluna de identificação da usina é justificado pelo fato de algumas usinas não autorizarem a publicação dos dados. Assim, optou-se por identificá-las dessa forma.

Ressalta-se que a compilação dessas informações a partir do relatório da Unica foi importante para identificar as usinas com projetos de ações sociais (dirigidas ao público interno e externo), bem como para conhecer as alocações desses projetos nas cinco áreas de atuação (educação, cultura, meio ambiente, esporte e saúde). Isso viabilizou os procedimentos amostrais para o estudo descritivo.

Em relação à coleta de dados primários do estudo exploratório, utilizou-se o recurso de entrevistas presenciais e contatos eletrônicos feitos com assistentes sociais. Para a realização dessas entrevistas foi produzido um roteiro com questões padronizadas, focando o mecanismo de gestão das ações sociais promovidas pelas usinas. As informações obtidas versaram sobre:

- profissional(is) responsável(is) pela decisão de escolha dos projetos sociais que a usina irá apoiar;
- critérios para definir quais projetos receberão apoio das usinas;
- objetivos dos projetos sociais;
- enfoque dos projetos sociais;
- origem da aplicação dos recursos destinados aos projetos sociais;
- periodicidade da aplicação dos recursos;
- profissionais responsáveis pela coordenação dos projetos junto à comunidade;
- procedimentos de avaliação dos impactos dos projetos sociais (retorno);
- mecanismos de divulgação dos projetos sociais na mídia.

Os dados e informações obtidos foram utilizados na caracterização das empresas que compõem o estudo descritivo (capítulo 6).

5.1.2 Estudo descritivo

A partir do cenário construído na primeira fase (estudo exploratório), desenvolveu-se uma pesquisa descritiva no mês de setembro de 2007 junto aos indivíduos da comunidade diretamente beneficiados pelas ações sociais das usinas.

Malhotra (2001, p.108-109) afirma que o estudo descritivo é um tipo de pesquisa conclusiva que “tem como principal objetivo a descrição de algo. Diferentemente da exploratória, esse tipo de pesquisa é caracterizada por um enunciado claro do problema, hipóteses ou pressupostos específicos e necessidades detalhadas de informações”. O autor complementa que essa tipologia de pesquisa aplica-se também em estudos de imagem. Este estudo busca compreender e analisar a relação entre a percepção da imagem organizacional e o desenvolvimento de ações sociais a partir das externalidades negativas produzidas pela atividade canavieira.

5.2 Universo da Pesquisa e Procedimento Amostral

Sendo o estudo de natureza qualitativa, os procedimentos amostrais utilizados classificam-se como não-probabilísticos, focados na intencionalidade e acessibilidade da pesquisadora. Esse procedimento procura obter uma amostra de elementos convenientes, ficando a cargo do pesquisador a seleção das unidades amostrais. Segundo Malhotra (2001, p.306), as amostras por conveniência são recomendadas para pesquisas descritivas. [...] Através desta amostra por meio de julgamento e estratégia apropriados, pode-se “escolher cuidadosamente os casos que devem ser incluídos e, desse modo, desenvolver amostras que são satisfatórias de acordo com as nossas necessidades” (SELLTIZ, WRIGHTSMAN, COOK, 1987, p.88).

Uma vez que o universo da pesquisa se constitui do público externo beneficiado pelos projetos sociais das usinas, essas foram tomadas como ponto de referência para acessar o referido público.

Com base em um universo de 97 usinas associadas à Unica (Relatório açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável, 2004), optou-se por focar as unidades produtoras do Estado de São Paulo, que somaram 93. Desse total, procurou-se identificar dentre essas, as que desenvolvem projetos sociais. Nesse critério, encaixaram-se 55 usinas (vide Apêndice A). Dessas, 10 unidades produtoras desenvolvem ações sociais nas cinco áreas de atuação (educação, cultura, meio ambiente, esporte e saúde).

A partir dessa apuração, aplicou-se o critério para a definição da amostra e, valendo-se dos mesmos procedimentos da amostragem intencional não-probabilística, inseriu-se o seguinte critério: usinas com estruturas organizacionais de gerenciamento das ações sociais classificadas nas categorias de Machado Filho (2002). Essa classificação diz respeito às atividades relacionadas à RSC e como estão estruturadas na gestão das empresas. O uso

desse critério justifica-se pelo interesse da pesquisadora em observar a existência de variabilidade em relação ao tipo ou classificação dessas estruturas organizacionais. A aplicação desse critério gerou o seguinte resultado:

- **Usinas que se enquadram na estrutura A:** aquelas que internalizam as atividades de ações sociais, ou seja, tais ações são operacionalizadas dentro da própria estrutura organizacional, mantendo-as dentro do seu organograma. Nessa modalidade, o estudo identificou oito usinas;

- **Usinas que se enquadram na estrutura B:** aquelas que desenvolvem ações sociais por meio de parcerias com outras organizações ou por intermédio de uma fundação, sem operacionalizar diretamente as atividades. Nessa tipologia, foram identificadas duas usinas;

- **Usinas que se enquadram na estrutura C:** aquelas que desenvolvem ações sociais por meio de parcerias com outras organizações, operacionalizando diretamente as atividades. Nenhuma usina atendeu a esse critério.

Entre as dez usinas (categorizadas nas estruturas A e B), procurou-se observar quais mantinham ações sociais para o público externo além do interno (colaboradores). As dez usinas atenderam a esse critério.

Valendo-se do critério acessibilidade às unidades produtoras por parte da pesquisadora, duas usinas foram identificadas para compor o estudo descritivo: uma localizada na região de Piracicaba/SP (aqui, denominada usina 14) e outra, na região de Jaú/SP (aqui, denominada usina 45).

A seguir, apresenta-se uma síntese dos procedimentos da amostra não-probabilística do estudo descritivo a partir dos critérios eleitos:

1º critério: Usinas associadas à Unica;

2º critério: Usinas associadas à Unica com unidades produtoras no Estado de São Paulo;

3º critério: Usinas com ações sociais nas cinco áreas de atuação: cultura, meio ambiente, esporte, educação e saúde;

4º critério: Usinas cujas estruturas de gestão das ações sociais atendem à classificação de Machado Filho (2002);

5º critério: Usinas com projetos de ações sociais voltados ao público externo;

6º critério: Acessibilidade das usinas pela pesquisadora.

5.3 Identificação e Composição do Público Externo

Definidas as usinas participantes do estudo, prosseguiu-se à identificação e composição do público externo, composto por cidadãos-moradores das comunidades locais onde as usinas desenvolvem seus projetos sociais. Nesse sentido, para compor o quadro de participantes da pesquisa, optou-se por inserir pessoas diretamente beneficiadas pelas ações sociais das unidades, tomando-se o cuidado de incluir somente aquelas que aceitaram participar da pesquisa e fornecer relatos vivenciais. A participação de crianças, idosos e analfabetos foi excluída, visando garantias quanto à interpretação correta dos objetivos da pesquisa e a compreensão da investigação.

Foram entrevistados mães e pais com filhos matriculados em escolas que participam do desenvolvimento dos projetos oferecidos pelas usinas. Tal critério foi adotado pelo fato de a escola ser *locus* da representação de um sistema social, de pessoas com afiliações claramente diferenciadas em termos de significado cultural (NKOMO e COX JUNIOR, 1999, p.351-352).

5.4 Instrumento de Coleta de Dados

O instrumento da coleta de dados foi a entrevista semi-estruturada, a qual, segundo Thiollent (1987), representa a possibilidade de o pesquisador introduzir-se no universo cultural dos indivíduos. Marconi e Lakatos (1996) comentam que, nesse tipo de entrevista, o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar mais amplamente uma questão. Em geral, as perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversação informal.

Para a elaboração do roteiro da entrevista, foi realizada pesquisa bibliográfica prévia em literaturas, periódicos, jornais, dissertações, entre outras fontes, com o intuito de subsidiar a construção das variáveis de pesquisa, considerando a especificidade do enfoque sobre a percepção dos indivíduos da comunidade. Dado o nível de informação e conhecimento dos participantes sobre a temática RSC, foi necessária uma maior interação da pesquisadora com os mesmos, o que a levou a compartilhar de conversas e assuntos cotidianos dos participantes.

A entrevista é o procedimento habitual no trabalho de campo e auxilia o pesquisador na busca pela obtenção de informes contidos nas falas dos atores sociais. Ela deve ser sistematizada e objetiva, não significando uma conversa despreziosa e neutra.

Desse modo, Minayo (2004) comenta que ela se insere como meio de coleta dos fatos relatados pelos atores, enquanto sujeitos-objeto da pesquisa que vivenciam uma determinada realidade que está sendo focada. Segundo a autora, os dados obtidos pela entrevista podem ser objetivos ou subjetivos, sendo o segundo tipo relacionado a valores, atitudes e opiniões dos entrevistados.

Em relação ao contato, não se pode perder de vista a preocupação do pesquisador na busca pela postura reflexiva ao aceitar-se que, durante a entrevista (ou até mesmo durante as análises de documentos ou base de dados), é construído o conhecimento, ou seja, inexitem dados ou uma realidade absolutamente externa ao pesquisador (ALVESSON, 2003). Nessa perspectiva, Minayo (2004, p. 14) comenta que

em Ciências Sociais existe uma identidade entre sujeito e objeto. A pesquisa nesta área lida com seres humanos que, por razões culturais, de classe, de faixa etária, ou qualquer outro motivo, têm um substrato comum de identidade com o investigador, tornando-os solidamente imbricados e comprometidos [...].

A participação da pesquisadora nesta fase foi importante para conduzir o processo, explorar e discutir as respostas obtidas nas entrevistas.

O roteiro da entrevista, conforme Apêndice B, foi construído para explorar duas dimensões:

1ª dimensão: características sociais, culturais e demográficas dos respondentes, como: gênero, idade, nível de educação, ocupação e período em que a pessoa participa do projeto. O objetivo dessas informações foi caracterizar os sujeitos participantes;

2ª dimensão: abordagens dos objetivos específicos do estudo. Nessa etapa, foram explorados os seguintes aspectos:

- percepção dos participantes sobre a identidade organizacional das usinas;
- projeção da imagem organizacional das usinas junto aos participantes;
- impactos dos projetos sociais na percepção da comunidade beneficiada.

Antes da entrevista semi-estruturada com o público da comunidade diretamente beneficiado pelos projetos sociais, foi realizado um pré-teste. O objetivo do pré-teste foi comprovar se as questões contidas no instrumento de coleta de dados estavam organizadas de maneira seqüencial, se eram inteligíveis e compreensíveis para os respondentes, se possuíam um tamanho apropriado e, principalmente, se avaliavam e atendiam os objetivos do presente estudo, conforme sugerido por Selltiz, Wrightsman e Cook (1987, p.26-27).

O pré-teste compreendeu seis entrevistas, cujos respondentes pertenciam ao convívio da pesquisadora e escolhidos de maneira aleatória. Houve preocupação de se selecionar pessoas de diferentes níveis educacionais, ocupações e opiniões diversas.

Após a aplicação do pré-teste, ocorreram discussões sobre as perguntas entre a pesquisadora e os entrevistados e foram necessários pequenos ajustes gramaticais (escolha de palavras mais simples).

5.5 Análise e Tratamento dos Dados

A pesquisa sobre identidade e imagem “não permite uma mensuração discreta, pois os métodos quantitativos podem ser falhos em identificar o complexo significado e a construção da identidade” (NKOMO e COX JUNIOR, 1999, p.351-352).

Considerando-se as especificidades e as subjetividades relativas às percepções dos pais dos alunos da comunidade, a abordagem qualitativa apresenta-se como uma opção para responder aos objetivos da presente pesquisa através da entrevista, dos registros e da participação direta da pesquisadora. Oliveira (2002) ressalta que a análise qualitativa pode ser justificada pela opção do pesquisador em tentar explicar e “entender a relação de causa e efeito do fenômeno e, conseqüentemente, chegar à sua verdade e razão”.

Esse tipo de análise permite uma compreensão detalhada das percepções das pessoas beneficiadas frente às externalidades negativas resultantes da atividade canavieira no contexto das ações sociais. Além disso, demonstra por meio dos resultados da pesquisa aspectos que poderão ser desenvolvidos e aprimorados pelas usinas através dessas iniciativas, bem como concentrar-se em algumas áreas de atuação.

Os dados obtidos a partir das entrevistas e registrados nos formulários da pesquisa receberam uma análise de conteúdo, cujo objetivo foi auxiliar na codificação, classificação, categorização e tratamento das respostas (BARDIN, 1977, p.38). Segundo o autor, análise de conteúdo:

é um processo pelo qual pode-se compreender a realidade através da interpretação de textos ou discursos que tenham vínculo com essa mesma realidade”. Esse tipo de análise carrega em si uma função heurística, enriquecendo a pesquisa exploratória e contribuindo para a propensão à descoberta do pesquisador. Qualquer comunicação, isto é, qualquer transporte de significações de um emissor para um receptor controlado ou não para este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo” (BARDIN, 1977, p.32).

A análise dos dados coletados na pesquisa de campo seguiu alguns procedimentos, quais sejam:

1º procedimento: transcrição das respostas gravadas na entrevista, seguindo a ordem que constam no roteiro, agrupando as respostas dentro de cada categoria para as questões;

2º procedimento: análise de conteúdo a partir da definição da revisão bibliográfica realizada sobre o tema, bem como dos objetivos da pesquisa. Além disso, foram selecionadas partes da fala dos entrevistados a fim de analisar o conjunto das referências sobre RSC e suas ramificações.

6. APRESENTAÇÃO DAS USINAS PARTICIPANTES DO ESTUDO

O capítulo apresenta as duas organizações que se constituem referenciais para o processo de coleta de dados primários do estudo, bem como a descrição dos projetos sociais que as mesmas desenvolvem e apóiam.

6.1 Usina 14

Trata-se de uma empresa nacional de capital aberto com unidades produtoras no Estado de São Paulo. Considerada um dos maiores produtores independentes de açúcar e álcool do Brasil, tem capacidade de moagem superior a 40 milhões de toneladas de cana, posicionando-a como responsável por 12% da produção total da região Centro-Sul do País.

Na safra 2006/07, a usina 14 processou 36,6 milhões de toneladas de cana, além do potencial a ser explorado para a co-geração de energia elétrica. Naquela temporada, foram produzidos 64,7 milhões de sacas de açúcar e 1,3 milhões de metros cúbicos de álcool. A empresa gera 37 mil empregos diretos durante a safra.

Sua produção envolve álcool combustível anidro e hidratado usados para abastecer veículos. No segmento industrial, produz álcool industrial, refinado e neutro para empresas químicas, farmacêuticas, de cosméticos e de bebidas.

Em relação à venda interna para o varejo, possui uma linha de alimentos que compreende produtos como açúcar refinado amorfo e granulado, cristal, demerara, líquido sacarose e invertido, orgânico e sache, refresco, gelatina e achocolatado em pó na versão tradicional e light, mistura para bolo, mingau e pudim, bolinho de chuva, amido de milho e uma linha de álcoois nas formas líquido e em gel.

Como forma de conquistar espaço no mercado internacional, essa usina vem criando alianças estratégicas e parcerias com grandes grupos. Em 1999, o grupo açucareiro inglês Tate & Lyle adquiriu 10% do terminal portuário em Santos/SP. Em 2002, se uniu às empresas francesas Tereos e Sucden para constituir a FBA (Franco Brasileira de Açúcar e Álcool S/A). Em 2005, juntou-se a um novo parceiro, o grupo chinês Kuok, um dos mais dinâmicos e diversificados conglomerados internacionais e, que atualmente, representa o maior acionista da empresa, com participação acionária de 7%. No ano de 2007, fez parceria para a abertura de um terminal específico para exportação de etanol chamado de Teas (Terminal de Exportação de Álcool Santos), em conjunto com outras usinas de açúcar e álcool.

Por meio de uma gestão moderna, profissionalizada e investimento na melhoria contínua de seus processos agrícolas, industriais e administrativos, em 2005, a usina 14 investiu mais de meio milhão de reais em bolsas de estudos para cursos de graduação e pós-graduação aos seus profissionais.

6.1.1 Gestão dos projetos sociais

A gestão dos projetos sociais está a cargo de uma fundação, atualmente, em formação, e enquadra-se no modelo de estrutura B classificada por Machado Filho (2002, p.100-101), ou seja, referem-se aquelas usinas que desenvolvem ações sociais por meio de parcerias com outras organizações, sem operacionalizar diretamente as atividades como por intermédio de uma fundação.

O **processo decisório** para a escolha dos projetos sociais a serem apoiados, bem como a definição da periodicidade de aplicação e a liberação dos recursos estão focados na diretoria, ainda que as partes interessadas, *os stakeholders*, participem das etapas do projeto social. O público-alvo e a comunidade interagem nesse processo, conhecendo os objetivos, a área de atuação dos projetos e os critérios de participação.

A fundação da usina 14 apresenta uma **linha de atuação definida** para os projetos, com **foco** em crianças com idade entre 10 e 16 anos, na área de educação e semiprofissionalização. Portanto, os projetos chegam à comunidade já estruturados. Ao mesmo tempo, essa definição de foco não impede que adaptações sejam feitas, de acordo com as peculiaridades de cada região em que a usina 14 atua e com as reais necessidades da população beneficiada. Para os cursos de semiprofissionalização são consideradas as principais atividades econômicas da cidade.

Nas palavras da assistente social, que é responsável pela coordenação de projetos sociais da fundação da usina:

Feita a solicitação de ajuda, nós vamos até o local do projeto. Analisamos a situação do projeto e, então, selecionamos ele ou não para iniciar a ajuda.

Atualmente, a fundação possui uma linha de atuação, que visa padronizar todos os procedimentos operacionais, incluindo as áreas administrativa e pedagógica. Essa fundação acompanha os princípios da própria organização.

Quanto à **origem dos recursos** aplicados no desenvolvimento dos projetos sociais, a previsão orçamentária e a periodicidade vêm da própria empresa. O **montante investido** em práticas de RSC não foi revelado, mas busca-se atender às necessidades de cada projeto; o mesmo procedimento é adotado para a **quantia alocada** em cada projeto. Por exemplo, se um projeto demanda mais recurso num ano-safra, o montante investido será maior em comparação aos demais. O gerenciamento desses projetos não envolve doações de pessoas externas à usina 14. Segundo a Coordenadoria:

[...] no planejamento dos projetos e na previsão orçamentária, existe uma separação entre o planejamento da empresa e o da fundação.

A **periodicidade** dos recursos investidos é determinada por ano-safra através de repasse financeiro. Ou seja, ao longo dos meses de abril a maio de cada ano, uma quantia fixa é direcionada aos projetos sociais. De um ano-safra para outro, porém, podem existir reajustes de acordo com as necessidades dos projetos.

Os **procedimentos básicos** de gestão que compreende o planejamento, a previsão orçamentária, o controle da execução, o acompanhamento, a avaliação e a divulgação dos projetos são verificados pela empresa, mas ainda de forma indireta.

A **operacionalização, a definição do público-alvo e o tipo de projeto** contam com o apoio de profissionais das áreas social, educacional e administrativa da usina. No momento, a empresa 14 não possui voluntários, pois, segundo a Coordenadoria:

O voluntário tem um horário flexível. Então, hoje ele vem, ajuda no projeto e permanece 3 horas; amanhã, fica 2 horas. É diferente de quando você trabalha numa organização. Você tem a 'obrigatoriedade' de horário, além do compromisso.

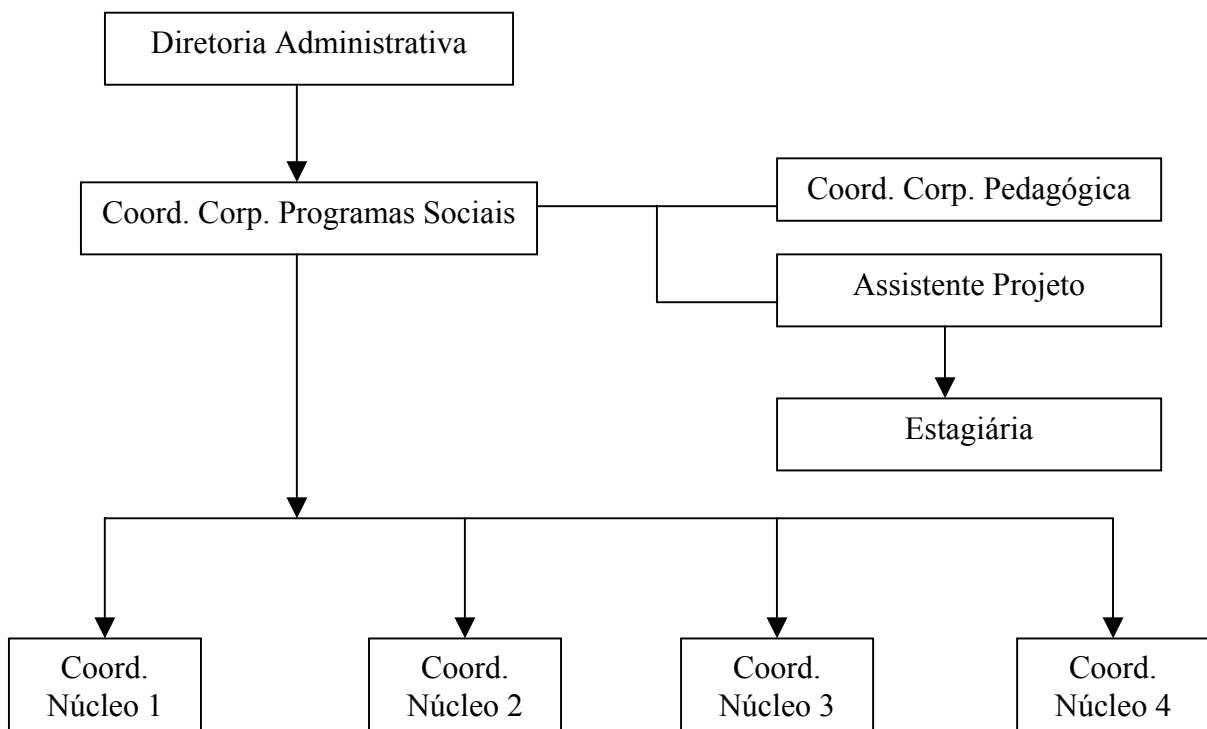
Quanto à fluência dos projetos sociais, é contínua, sem prazo determinado para o término. Praticamente todos os projetos estão acoplados à fundação.

Em relação ao **foco** dessas ações sociais, mais da metade dos projetos desenvolvidos pela empresa foca a comunidade, com destaque para a área de educação. Na área ambiental, existem vários projetos em andamento, mas são em menor número frente aos demais. Para a Coordenadoria da usina 14:

É de fundamental importância o desenvolvimento na formação de crianças para se tornarem cidadãos no futuro, com capacitação profissional e base valorativa, além dos princípios de cidadania e respeito.

O grupo de 94 profissionais que atuam na área de RSC engloba funcionários efetivados e também prestadores de serviços. A estrutura hierárquica é constituída por um diretor administrativo, um coordenador corporativo de programas sociais, um coordenador pedagógico, um assistente de projeto e coordenadores em cada núcleo separadamente. A equipe de pessoal de apoio envolve monitores, auxiliares administrativos, serviço de portaria, estagiários, entre outros. A seguir, apresenta-se um organograma com a estrutura da fundação (Figura 2).

Figura 2 - Estrutura da fundação da usina 14



Fonte: Pesquisa de campo
Elaboração própria

Os mecanismos de avaliação dos projetos não existem formalmente. Nessa empresa, realiza-se uma avaliação pedagógica dos alunos anualmente.

O índice de reprovação é praticamente zero e os alunos que saem do projeto são direcionados ao quadro de funcionários da usina.

A **avaliação da eficiência** na utilização dos recursos disponíveis ou que são disponibilizados ocorre de modo informal, através de observações quanto ao retorno positivo para a empresa, bons relacionamentos com a comunidade de forma geral, e não somente com o público beneficiado, e a partir das ações da fundação.

Os projetos sociais em andamento são **divulgados** periodicamente pela usina. Os meios utilizados pela área de comunicação da empresa englobam materiais com informações institucionais e sobre os projetos sociais com tiragem e distribuição na cidade; pela Internet; pela Intranet; patrocínios em festas da cidade; eventos ligados ao setor sucroalcooleiro como Simtec e Agrishow; e quadros de avisos espalhados pela empresa.

6.1.2 Projetos sociais desenvolvidos

Os projetos sociais da usina são desenvolvidos através dos núcleos de atuação social, sendo que, em cada um, existem projetos sociais com diferentes enfoques dentro das cinco áreas de atuação. A seguir, comenta-se sobre esses núcleos.

Núcleo 1

Classificação na área de atuação: educação

Atende 100 alunos com idade entre 10 e 16 anos, sendo que 70% dos beneficiados são filhos de funcionários da usina e o restante (30%) são da comunidade. Após os 16 anos, existe a possibilidade de esses adolescentes integrarem o programa Menor Aprendiz da própria usina.

Núcleo 2

Classificação na área de atuação: educação

São 140 alunos de Educação Infantil beneficiados. Desse total, 50% corresponde a filhos de funcionários e 50%, a crianças da comunidade, com idade entre 4 meses e 7 anos. Em 2007, foi iniciada outra fase desse projeto, que atende crianças de 7 a 10 anos, envolvendo 80 alunos (70% filhos de funcionários e o restante, pessoas da comunidade).

Núcleo 3

Classificação na área de atuação: educação

Atende 100 alunos, sendo que 70% desse total são filhos de funcionários e 30%, crianças e adolescentes da comunidade, com idade entre 10 e 16 anos. Nesse núcleo ainda não existe o Programa Menor Aprendiz como observado no núcleo 1.

Núcleo 4

Classificação na área de atuação: educação

São 100 alunos beneficiados. Desse total, 70% são filhos de funcionários e o restante, da comunidade, com idade entre 10 e 16 anos. Nesse núcleo, também ainda não foi iniciado o projeto Menor Aprendiz também.

Projeto Repensando com Arte - Grupo Teatral Expressões

Classificação na área de atuação: educação e cultura

Público-alvo: funcionários e dependentes acima de 6 anos de idade

Desenvolve seis campanhas anuais, que são levadas a todas as cidades onde a usina atua. No total, são mais de 150 mil pessoas atendidas por ano.

Projeto Brincar e Aprender

Classificação na área de atuação: educação e cultura

Público-alvo: crianças de creches, hospitais e abrigos.

Projeto Saber para Crescer

Classificação na área de atuação: educação

Público-alvo: alunos de 1ª a 4ª séries de escolas públicas.

Projeto Saber para Crescer

Classificação na área de atuação: educação

Público-alvo: alunos de 5ª a 8ª séries de escolas públicas.

Projeto Pensar e Agir

Classificação na área de atuação: educação e saúde

Público-alvo: funcionários safristas alojados da usina 14.

Projeto Fábrica do Conhecimento

Classificação na área de atuação: educação

Público-alvo: residentes em asilos.

No presente estudo, foram entrevistadas mães, cujos filhos frequentam o projeto social Menor Aprendiz.

Nota: Essas mães também integram o projeto social Clube de Mães, constante do núcleo 1.

6.1.3 Reconhecimentos das práticas socialmente responsáveis

Na usina 14, um dos reconhecimentos das práticas socialmente responsáveis é o Balanço Social. Nesta usina, ele é publicado de forma consolidada pela Unica, ou seja, a entidade publica um Balanço Social de todas as usinas de açúcar e álcool associadas à mesma. Quanto à certificação na área de RSC, a usina está em processo de implantação do Sistema Integrado de Gestão (SIG), que congrega a ISO 9001 e 14001 e a OHSAS 18001.

6.2 Usina 45

Trata-se de uma empresa familiar de capital nacional localizada na região de Jaú/SP. Criada em 1963, produz álcool combustível e para outros fins (utilizado por indústrias de cosméticos, farmacêuticas e químicas), açúcar cristal, refinado e VHP (*Very High Polarization*) direcionados aos mercados nacional e internacional, dentro de exigentes padrões de qualidade.

Na safra 2006/07, moeu 1,05 milhão de toneladas de cana, além do potencial a ser explorado para a co-geração de energia elétrica. Naquela temporada, foram produzidas 1,62 milhão de sacas de açúcar e 37,6 mil metros cúbicos de álcool. A empresa gera 1.942 empregos durante a safra.

Em 2001, a família criou o Conselho de Administração com o objetivo de gerir os negócios de forma mais empresarial. Daquele período até 2004, a empresa continuou consolidando sua posição de destaque no setor sucroalcooleiro, com aumento da moagem e da produção de açúcar e álcool e a aquisição de 2% de participação acionária na Crystalsev⁹, com a qual já mantinha acordos comerciais de representação do açúcar e, conseqüentemente, expandiu a interação com a Cargill Sugar.

Dessa relação de parcerias entre a Cargill e o apoio da Crystalsev, a usina anexou à fábrica de açúcar uma refinaria com capacidade de 600 toneladas/dia de produção, entrando em operação em 2005.

⁹ Empresa que centraliza a comercialização de açúcar, álcool e subprodutos de um grupo de usinas dos estados de São Paulo e de Minas Gerais.

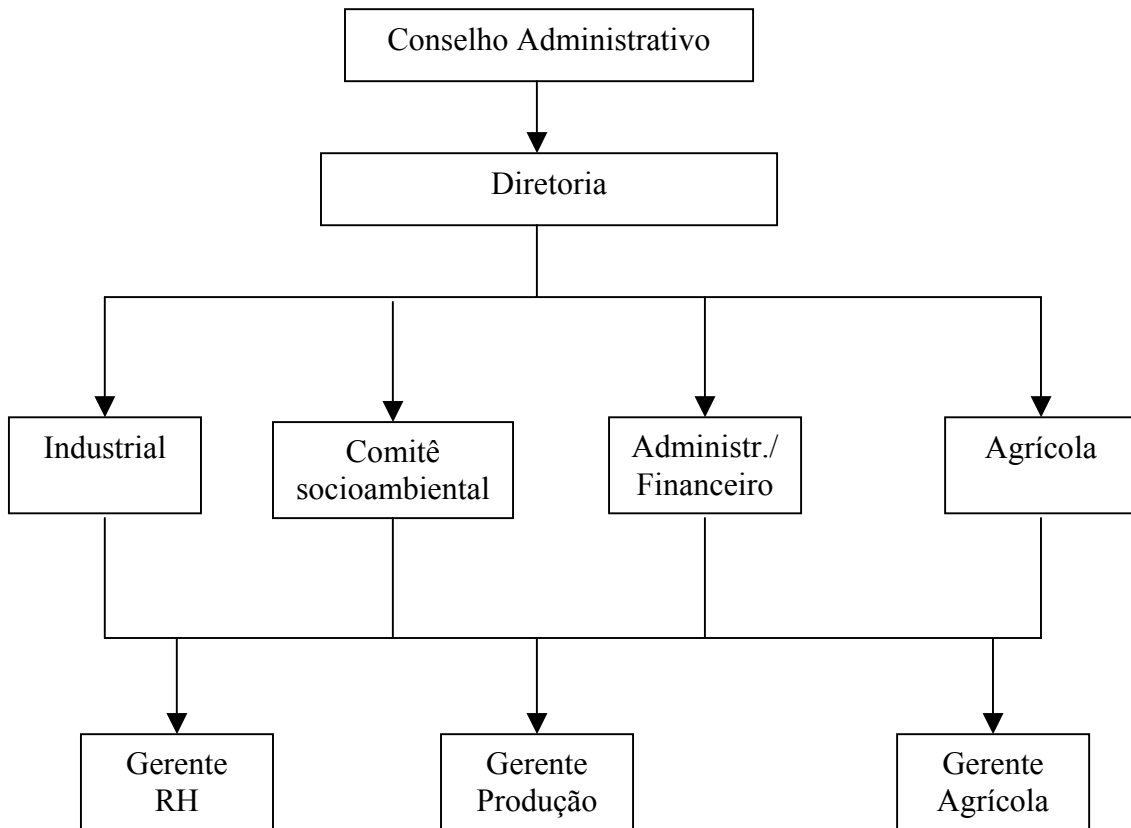
6.2.1 Gestão dos projetos sociais

Em alguns casos, a partir das ações sociais que a comunidade apresenta à empresa, para obtenção de recursos, parcerias e apoio, inicia-se um processo de **seleção de interesse da organização**. Aqueles selecionados passam a configurar-se na estrutura organizacional e as atividades referentes aos mesmos são gerenciadas diretamente pela usina. Esse tipo de arranjo enquadra-se no modelo de estrutura A classificada por Machado Filho (2002, p.100-101), ou seja, a empresa internaliza as atividades, operacionalizando diretamente os projetos sociais dentro da própria estrutura organizacional e mantendo essas atividades no seu organograma.

Alguns projetos sociais surgem de acordo com a necessidade da comunidade. Outros nascem por iniciativas da empresa que desenvolve parcerias com o poder público municipal, a partir das verificações em relação ao atendimento de critérios pré-fixados. Não são todos os projetos que despertam interesse da usina, seja por motivos de inconsistência de ausência de objetivos, de falta de clareza na utilização dos recursos, entre outras razões. O **processo decisório** para a escolha dos projetos sociais a serem apoiados, bem como a periodicidade de aplicação e a liberação dos recursos são de responsabilidade da diretoria da empresa. Existe também um comitê socioambiental formado por vários profissionais de diferentes áreas que participam, na fase de triagem, da escolha dos projetos a serem apoiados e desenvolvidos.

Quanto à **origem** dos recursos aplicados no desenvolvimento dos projetos, a previsão orçamentária e a periodicidade são definidas pela própria empresa. Uma **quantia** fixa é alocada aos projetos com repasse mensal e/ou anual a partir das necessidades de investimentos. No momento do planejamento, estipula-se um **montante** a ser investido ao longo do ano nesses projetos, sem se valer de doações de pessoas externas.

Profissionais do quadro de funcionários são os **gerenciadores** desses projetos e prestam contas à diretoria mensalmente. Existem voluntários no quadro de pessoas que também contribuem com esses projetos. A Figura 3 apresenta o organograma da usina 45.

Figura 3 - Estrutura organizacional da usina 45

Fonte: Pesquisa de campo
Elaboração própria

Por apresentar programas atrelados ao arcabouço organizacional já existente, a usina, em alguns casos, utiliza-se da própria estrutura física da entidade ou organização que está sendo beneficiada. Mais de 50% dessas ações sociais estão **focadas** no público externo, com destaque para projetos da área de educação.

Os **mecanismos de avaliação** dos projetos não existem formalmente na empresa em análise. Realiza-se uma análise dos projetos em andamento e são propostas correções quando necessárias.

Em relação às **formas de divulgação**, os projetos sociais em andamento são divulgados periodicamente pela empresa. Profissionais da área de comunicação, que integram o departamento de Recursos Humanos, são responsáveis pela divulgação em nível interno e externo. É elaborado também mensalmente um boletim mensal interno da usina. Além disso, os projetos são publicados no jornal da cidade.

6.2.2 Projetos sociais desenvolvidos

A seguir, são apresentados os projetos sociais que a empresa desenvolve junto à comunidade onde a mesma está instalada. Indica-se também a classificação do projeto em relação à área de atuação, bem como a forma como os projetos surgiram – a partir de uma demanda da sociedade ou da iniciativa da própria empresa.

Nota: Informações mais específicas sobre objetivos de cada projeto não foram fornecidas e não estão disponibilizadas pelos meios de divulgação.

a) Projetos propostos pela comunidade

Apoio financeiro e em espécies

Classificação na área de atuação: saúde e educação

Recursos destinados a Hospitais; APAE (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais); Casa da Criança; Gappa (Grupo de Apoio ao Portador e Prevenção da Aids); Peti (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil) e ao Conselho Municipal da Criança e do Adolescente.

Educação

Classificação na área de atuação: saúde e educação

Criança na escola

Classificação na área de atuação: saúde e educação

Clube de futebol: Esporte é Vida

Classificação na área de atuação: esporte

Creches

Classificação na área de atuação: educação

Asilo

Classificação na área de atuação: saúde

Conselho da Criança e do Adolescente

Classificação na área de atuação: saúde e educação

Paisagismo de avenida

Classificação na área de atuação: meio ambiente

Estação Meteorológica

Classificação na área de atuação: educação e meio ambiente

b) Projetos propostos na usina com parcerias em forma de convênios**Centro de Educação Infantil (CEI)**

Classificação na área de atuação: educação

O CEI nasceu de uma parceria entre a usina e a Prefeitura Municipal de onde a empresa está situada, que cedeu um terreno com uma área superior a 1400m². A construção do prédio de 750m² foi financiada pela usina. O Centro foi inaugurado em junho de 2004 e começou a funcionar em período integral a partir de setembro daquele ano.

Nesse espaço físico, o CEI abriga, alimenta e educa 94 crianças tanto de filhos de funcionários da empresa como de filhos de moradores do bairro e adjacências, na faixa de 0 a 6 anos. O projeto contempla o Maternal, Jardins I e II e 1ª série do Ensino Fundamental em convênio com a Prefeitura Municipal local.

Além de uma equipe de profissionais contratados, voluntários também trabalham nos projetos. Destacam-se pedagogas, monitores, secretárias e uma equipe de apoio formada por coordenador geral, nutricionista, enfermeira, médico, psicólogo e fonoaudióloga. Além disso, existe uma equipe de professores e monitores disponibilizada pela Prefeitura Municipal.

A linha pedagógica para o Ensino Infantil atende a normatizações da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) da Educação brasileira.

Programa Educação Ambiental “Plantando uma árvore”

Classificação na área de atuação: educação e meio ambiente

Outra iniciativa da usina é o Programa Educação Ambiental “Plantando uma árvore”, focado na educação ambiental e revitalização de áreas próximas às margens de rios, lagos e nascentes localizadas no município e região. O objetivo do programa é evitar o assoreamento e estimular a educação ambiental em escolas da cidade a partir de palestras e passeios para práticas de revitalização.

Para a realização do programa, a empresa firmou parceria com proprietários de áreas potenciais para plantio e também com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente local. No corrente ano, cerca de 700 crianças estão sendo atendidas pelo programa em parceria com as escolas da cidade onde a usina está localizada.

Desde sua criação, o programa já resultou no plantio de cerca de 20 mil árvores. A expectativa é de que até o final de 2007, sejam plantadas 36 mil. Entre abril e maio deste ano, o plantio das mudas de árvores está sendo realizado na Fazenda “Água Sumida-Ribeirão Bonito”, equidistante 15 km da zona urbana de Brotas.

Viveiro de mudas

Classificação na área de atuação: meio ambiente

Projeto caracterizado pela coleta de sementes de árvores nativas da região em que está instalada a usina. É desenvolvido por meio de um convênio entre a mesma e a Prefeitura Municipal.

Dicionário Ambiental Básico

Classificação na área de atuação: cultura e meio ambiente

Lançado em 2004, o Dicionário Ambiental Básico – Iniciação à Linguagem Ambiental tem o apoio da usina para a difusão do conhecimento da linguagem ambiental. O projeto é voltado a alunos do Ensino Fundamental das redes pública e particular.

O material, que teve a sua segunda edição revisada e ampliada em agosto de 2005, é de autoria do promotor de justiça Dr. José Fortunato Neto, tendo também a colaboração de professores. Com o apoio institucional da Centrovias Sistemas Rodoviários S/A, além de Brotas e Torrinha, o dicionário passou a ser distribuído, a partir de agosto de 2005, para alunos dos municípios de Cordeirópolis, Santa Gertrudes, Rio Claro, Corumbataí, Itirapina, Dois Córregos, Jaú, Itapuí, Pederneiras e Bauru em ago/05.

Em parceria com a Associação Comercial e Industrial local, a empresa patrocinou institucionalmente a terceira edição do Dicionário Ambiental Básico.

Projeto Voluntários Internos da usina (VIP)

Classificação na área de atuação: educação

A usina também apoiou em 2005, o projeto Voluntários Internos por meio do envolvimento de seus funcionários em atividades voluntárias. O objetivo do projeto é incentivar ações que contribuam com a sociedade. O VIP já participou de alguns eventos da cidade como a Festa de Santa Cruz, auxiliando o Fundo Social e a Casa da Criança.

Parassafra Esportiva e Cultural

Classificação na área de atuação: esporte e cultura

Projeto caracterizado por ser uma gincana que dura 40 dias quando termina a safra. A infra-estrutura de ginásios e quadras é cedida pela prefeitura para a realização do evento.

6.2.3 Reconhecimentos das práticas socialmente responsáveis da usina

Como resultado de sua expressiva atuação e envolvimento nas ações sociais e pela publicação do Balanço Social, a usina recebeu, pelo quarto ano consecutivo, o Selo iBase em 2006. Também possui o Selo Abrinq por compor a rede de Empresas Amigas da Criança. A Fundação Abrinq confere tal selo às empresas que assumem compromissos com a infância e a adolescência.

Além disso, a empresa encontra-se na fase de implantação para certificação HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) referente a uma certificação baseada numa forma sistemática de identificar e analisar os perigos associados com a produção de alimentos (Segurança Alimentar).

Por ser uma exigência de mercado, torna-se um passo fundamental para abertura de novos negociadores e manutenção de grandes clientes tanto nacionais como internacionais.

A seguir, apresenta-se um resumo da caracterização das usinas 14 e 45 (Quadro 6), com o objetivo de comparar as organizações em estudo, uma vez que apresentam variabilidade em termos de estrutura organizacional (processamento de cana, número de funcionários, por exemplo) e social (foco de atuação, público-alvo, periodicidade dos recursos aplicados, profissionais envolvidos, reconhecimento das práticas socialmente responsáveis).

	Usina 14	Usina 45
Estrutura de propriedade e de controle	Empresa nacional de capital aberto	Empresa nacional familiar
Moagem de cana	36,6 milhões de toneladas	1,05 milhão de toneladas
Número de funcionários	37.000 empregos na safra	1.942 empregos na safra
Estrutura de gestão social	Fundação	Estrutura organizacional já existente
Foco de atuação	Educação	Educação
Público-alvo	Crianças de 10 a 16 anos	Crianças de 0 a 6 anos
Origem dos recursos	Próprio	Próprio
Periodicidade	Ano-safra	Mensal e/ou anual
Profissionais envolvidos	Funcionários efetivados e prestadores de serviços.	Comitê socioambiental
Reconhecimento das práticas socialmente responsáveis	Balanço Social consolidado	Balanço Social, Selos Ibase e Abrinq.

Quadro 6 – Resumo das características organizacionais e sociais das usinas 14 e 45

Fonte: Pesquisa de campo

Elaboração própria

7. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesse capítulo, são apresentados e analisados os dados obtidos nas entrevistas realizadas junto à comunidade beneficiada pelos projetos sociais das duas usinas selecionadas para o estudo.

As entrevistas buscaram conhecer as percepções da comunidade sobre os projetos a partir da dinâmica que este público estabelece com os mesmos.

Antes de iniciar a apresentação dos relatos coletados, comenta-se sobre o planejamento dos trabalhos de campo e a condução dos procedimentos das entrevistas, visando caracterizar todo o processo de busca, aproximação e interação com os entrevistados.

7.1 Planejamento das Entrevistas

No planejamento das entrevistas, a pesquisadora procurou identificar os agentes beneficiados pelas ações sociais das usinas de açúcar e álcool, visto que o interesse do estudo recaiu sobre o público externo.

No caso da usina 14, a identificação do público externo foi conduzida pela coordenadora de projetos sociais do núcleo 1 (vide Figura 2 do capítulo 6). A pesquisadora foi orientada a abordar um grupo de mães com filhos integrantes do projeto Menor Aprendiz. O encontro ocorreu nas dependências físicas do projeto, num bairro próximo à cidade de Charqueada/SP. As mães compareceram ao local em data agendada para a reunião mensal do grupo, ocasião em que se ocupavam com trabalhos manuais de bordado e pintura. Inicialmente, elas se reuniram numa sala de aulas com a pesquisadora, onde receberam explicação completa sobre o estudo e seus objetivos, bem como sobre a importância da sua participação na pesquisa. Após esse encontro coletivo, cada mãe se apresentou à pesquisadora em sala reservada para serem entrevistadas, enquanto as outras se ocupavam dos trabalhos manuais. Foram entrevistadas cinco mães, sendo que cada entrevista durou, em média, 35 minutos, totalizando cerca de seis horas de trabalho.

Na usina 45, os procedimentos adotados para composição dos respondentes foram semelhantes aos da usina 14, exceto em relação à forma de contato inicial com o público. Neste caso, os coordenadores dos projetos sociais emitiram convite aos pais de crianças beneficiadas pelo projeto social CEI. Tal convite foi acompanhado de uma agenda prévia em termos de dia e horário das entrevistas.

Nessa usina, as entrevistas ocorreram nas dependências do CEI, no município onde a usina está localizada. Foram entrevistadas 11 pessoas, nas figuras do pai e da mãe. Cada entrevista durou, em média, 25 minutos, totalizando nove horas de trabalho. As entrevistas ocuparam o período da manhã e tarde, de modo a atender as disponibilidades dos participantes.

Pode-se observar que não houve triagem prévia dos participantes em nenhum dos grupos consultados. Os que compareceram à entrevista o fizeram por espontaneidade a partir dos contatos intermediados pelos assistentes sociais, ou seja, pelos coordenadores dos projetos das usinas.

7.2 Observações de Campo

Foram observadas dificuldades por parte de alguns participantes quanto à elaboração de respostas para determinadas questões. Tais dificuldades expressavam as reações de cada um diante de reflexões inéditas que estavam emitindo e vivenciando. Os entrevistados realizaram descobertas, na medida em que o diálogo procedia, e experimentavam, pela primeira vez, um novo pensamento, uma nova possibilidade que lhes permitia ampliar as visões sobre algo que já consideravam comum e familiarizado. Neste sentido, pode-se observar que o diálogo contribuiu para alguns participantes reverem ou confirmarem considerações já adquiridas sobre os projetos sociais.

As entrevistas foram conduzidas de forma cautelosa, de modo que, em alguns casos, houve a necessidade de fornecer explicações mais detalhadas e exemplos facilmente assimiláveis, fato compreensível, uma vez que os entrevistados vivenciavam um processo que lhes solicitavam juízo de valor e análise cognitiva sobre fatos cotidianos.

A boa acolhida, atenção e interesse por parte dos entrevistados e dos assistentes sociais das usinas contribuíram de forma significativa com o trabalho. A interação da pesquisadora foi bastante positiva e ocorreu, de forma natural, inclusive pela sua participação em refeições promovidas por ambas as comunidades.

A interação entre a pesquisadora e os participantes foi favorável à obtenção de informações que vieram, posteriormente, agregar sentido e valor aos depoimentos fornecidos. Tais informações levaram ao conhecimento mais aprofundado sobre a história de vida de cada participante.

Nenhum dos entrevistados mantém vínculos empregatícios com as usinas, detentoras dos projetos sociais. Esse fato foi relevante na medida em que se pode construir um quadro de percepções isento de vínculos gerados pela relação de trabalho.

7.3 Variáveis da Entrevista

Segundo Selltiz, Wrightsman e Cook (1987), tanto no questionário quanto na entrevista, a informação é obtida por meio de perguntas. As questões podem versar sobre o que as pessoas sabem, sobre o que acreditam, esperam, sentem ou desejam, ou sobre o que têm feito. Essas questões são referidas por meio de levantamento de fatos, atitudes, comportamentos e percepções.

A entrevista focou dois aspectos: as características sócio-demográficas dos participantes (gênero, idade, nível de educação e ocupação) e a percepção dos respondentes quanto à identidade que eles desenvolvem com as usinas a partir do vínculo formado pelos projetos sociais. O primeiro aspecto referiu-se a levantamento de fatos e, o segundo, a levantamentos de percepções.

7.4 Depoimentos dos Participantes

Nesta seção, encontra-se o registro dos depoimentos emitidos pelos participantes da pesquisa. Optou-se pela transcrição das respostas a partir dos relatos gravados pela entrevista. Num primeiro momento (item 7.4.1), são apresentados os depoimentos dos entrevistados vinculados ao projeto da usina 14; em seguida, no item 7.4.2, os da usina 45.

7.4.1 Entrevistas realizadas com participantes vinculados à usina 14

Participante 1: sexo feminino, 32 anos, possui o Ensino Básico (8ª série) e é dona-de-casa. É moradora do bairro vizinho à sede do projeto social em análise. O marido já trabalhou na usina por quase dez anos, sendo que, atualmente, tem parentes (cunhados e o irmão) trabalhando na mesma. Os filhos integram esse projeto há menos de um ano. Frequentam a escola na parte da manhã, cursando o primeiro colegial e, à tarde, participam do projeto social, com aulas de marcenaria, mecânica e de canto. A expressão que ela utiliza para avaliar o projeto é “*meus filhos estão adorando*”.

Quando indagada sobre a melhor palavra que representa a sua percepção sobre a usina, ela pronunciou “queimada” e justificou: *“a queimada que tá difícil, né. Porque o tempo, o ar tá muito seco. Prejudica bastante”*.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a entrevistada tem da usina, foi respondido: a qualidade do ar prejudicada e queimadas. Ela comentou: *“As queimadas fazem com que a qualidade do ar fique prejudicada. É que não é só as queimadas que fazem com que o ar fique assim, né? É muitos fatores”*.

Sobre os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, segundo a entrevistada, são os postos de trabalhos sazonais e a variação do salário na safra e entressafra.

Para a participante, os impactos negativos produzidos pela usina são normais porque é um processo produtivo e como qualquer outro processo gera impactos negativos ao meio ambiente (ar, água, solo, etc.) e acrescentou: *“tem os benefícios, né? É o açúcar e o álcool. E tem os prejuízos pra nossa saúde”*.

Na opinião dessa participante, a razão pela qual a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade é contribuir para o bem-estar da sociedade e reduzir os impactos negativos.

O maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina, de acordo com esta participante, é a comunidade em geral, que no caso, complementando *“são os próprios alunos”*.

Segundo a respondente, as palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são confiança, integração, satisfação. Ela comentou: *“Além dos nossos filhos estarem aqui, nós também podemos participar”*.

Os resultados positivos que os projetos sociais da usina geram para a comunidade são proporcionar assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica e o plantio de árvores e viveiro de mudas.

A respondente afirma que o oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera.

Participante 2: sexo feminino, 44 anos, estudou até a 5ª série e é dona-de-casa. Tem uma filha que participa há um ano do projeto social.

A palavra que melhor representa a percepção sobre a usina é emprego. Ela acrescentou: *“É, tem açúcar e álcool. Mas, a usina gera muito emprego. A usina gera muito emprego para as pessoas”*.

Quanto aos impactos que melhor representam a imagem que a entrevistada possui da usina, ela apontou a variação do salário na safra e entressafra e os postos de trabalhos sazonais. E comentou: *“Não é só a usina que faz a doença respiratória. É a própria seca agora. O ar, o pó, a poeira. Acho que nem tanto. [...] Agora, é período de seca”*.

Para a entrevistada, os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina são doenças respiratórias e queimadas. Ela completou: *“Porque as pessoas falam muito. Por causa da queimada da cana. Já na conversa, as pessoas vão responder: as queimadas e as doenças respiratórias”*.

Sobre a opinião quanto às externalidades negativas produzidas pelas usinas, ela respondeu ser favorável, pois os impactos gerados não são tão degradantes como comentam. E acrescentou: *“Acho que não tem tanto como as pessoas falam. Você sabe que está muito comentado esse negócio da queimada da cana no rádio. Já tem um programa que está falando muito sobre isso que estão gerando para não ter mais a queimada da cana. Eu já tive familiares que trabalharam na lavoura e que não é tanto assim. Mas, agora é mais falado”*.

Para a entrevistada, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para ser vista como uma empresa responsável e contribuir para o bem-estar da sociedade. E comentou: *“ela está pensando mais nos adolescentes agora. É uma coisa boa que ela está fazendo. A gente via muito adolescente saindo da escola [...]. Como agora a lei é de 16 anos para cima o trabalho. Então, o que fazia esses adolescentes? Fica pra rua. Ficava fazendo coisa que não devia. Então, esse é um projeto excelente que ela deu. De instruir eles de várias coisas. Eu acho uma maravilha isso”*.

Segundo ela, o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral. Nas palavras da entrevistada: *“os próprios adolescentes são os beneficiados”*.

Em relação às palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social que participa são o bem-estar pessoal e a família, segundo a participante.

Os resultados positivos que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são a manutenção de escolas e bolsas de estudo, a assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica e o plantio de árvores e viveiro de mudas. Sobre o plantio de árvores, a entrevistada acha muito bonito, *“porque lá perto onde moro, eles (a usina) fizeram muitos plantios de árvores. [...] porque eles tiraram árvores de algum lugar, eles têm que repor. Tem até árvore frutífera”*.

Ela concordou que o oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera.

Participante 3: sexo feminino, tem 28 anos, moradora da Vila Belém, bairro próximo ao projeto social, tem duas filhas: uma com 10 anos e outra com 11 anos. cursou até o Ensino Médio, atualmente é estudante de Pedagogia no Colégio Poli Brasil e dona-de-casa. O pai da entrevistada é funcionário de uma usina numa cidade na região de Jaú/SP. As filhas entraram neste projeto este ano. A entrevistada ressalta que está gostando do projeto, justificando que *“aprende bastante. Eu acho que mantém a cabeça delas desligada daquele mundo ruim lá de fora. Então, elas não têm aquele tempo de ficar na rua, de aprender coisa errada. Eu me sinto bem com isso”*.

Para a entrevistada, a palavra que melhor representa sua percepção sobre a usina é o desenvolvimento local. Ela acrescentou: *“a produtividade. Dando empregos pra todos. Usina está ligada a empregos pras pessoas, pra dá conforto”*.

Os impactos que melhor representam a imagem que a entrevistada possui da usina são a qualidade do ar prejudicada e as doenças respiratórias. Ela complementou: *“Meio ambiente. O ar fica pesado. Os filhos ficam doentes. A gente não respira direito. Eu sou mais a saúde da minha família”*.

Já em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina são qualidade do ar prejudicada e queimadas, segundo a entrevistada.

Na opinião da participante, os principais impactos negativos produzidos pelas usinas são os riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários. Ela acrescentou: *“Eu acho que eles poderiam melhorar nessa parte da queimada. Deveria ser proibido. Pra não prejudicar as pessoas. [...] existem riscos para as pessoas. Só que ela ajuda nossos filhos também”*.

Em relação ao por que da usina desenvolver projetos sociais junto à comunidade, segundo a entrevistada, é para reduzir os impactos negativos e ser vista como uma empresa responsável. Ainda justificou: *“eu acho que de alguma maneira, ela tem que gerar alguma coisa. Porque as pessoas ficam vendo só o lado ruim, não é bom pra ela (usina). Então, de qualquer modo, o que eles fazem, deixa as pessoas não pensarem tanto mal delas. Antes das minhas filhas fazerem esse curso, a gente pensava (de maneira ignorante). Ah, a usina só prejudica. Mas, a gente não via o outro lado. Depois, que a gente começa a ver. A prestar atenção”*.

Segundo a participante, o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral.

Para ela, as palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social que participa são família, integração e responsabilidade. A opinião que a entrevistada tem hoje do projeto é totalmente diferente daquela que tinha quando as filhas ainda não participavam.

Os resultados positivos que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são árvores e viveiro de mudas, promoção e apoio de eventos culturais – a entrevistada acha bastante positivo esse resultado – e assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica.

A participante considera que o oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera.

Participante 4: sexo feminino, 38 anos, tem três filhos, está terminando de cursar o Ensino Médio na cidade de Charqueada (SP) por meio do supletivo. A entrevistada é dona-de-casa e seu pai e o irmão são funcionários em uma das unidades da usina. Ela já foi cortadora de cana e, depois, trabalhou na usina, no serviço de limpeza. Seu filho de 14 anos está há um mês no projeto, em que frequenta aulas de mecânica e marcenaria. *“Todos os dias, ele chega com uma novidade em casa, sobre o que aprendeu no projeto”*.

Para a participante, a palavra que melhor representa a percepção sobre a usina é emprego. Ela acrescentou: *“A usina é uma mãe”,* justificando que *“hoje, eu não dependo totalmente dela. Mas, eu já trabalhei lá por 13 anos e o esposo por 10 anos. Hoje, eu tenho três filhos que podem estar dependendo dela. Porque principalmente para nós onde a gente mora as condições de trabalho é muito difícil. Então, a usina seria o local mais apropriado no momento”*.

Os impactos que melhor representam a imagem que a entrevistada possui da usina são doenças respiratórias e queimadas. Ela justificou: *“Porque com a queimada bastante gente é prejudicada. No momento, o que a gente mais pensa é na queimada. Eu já trabalhei na parte da lavoura de cana. Eu acho que hoje eles estão tentando proibir a queima da cana. Mas, eu como já trabalhei, eu acho que trabalhar cortando cana sem queimar é muito difícil. [...] Se entrar a máquina pra cortar, vai tirar o emprego das pessoas”*.

Para ela, os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina são doenças respiratórias e queimadas. Ainda comentou: *“Pelo que a gente vê falar doenças respiratórias e queimadas. Não é pra queimar cana mesmo”*.

Em relação aos impactos negativos produzidos pelas usinas, a entrevistada diz ser totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e

danificam a saúde humana e o meio ambiente. E acrescentou: *“O que mais hoje é prejudicado é a parte da degradação do solo”*.

Segundo a participante, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para contribuir para o bem-estar da sociedade. E complementou: *“Acho que eles estão dando uma ótima oportunidade para os nossos filhos tanto de pais que são funcionários da usina e que não são. Porque, tem muita criança hoje na rua fazendo coisa errada. Hoje, o projeto para eles está trazendo um benefício muito bom”*.

O maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral. A participante acrescentou: *“Nesse projeto, as próprias crianças que estão participando desse projeto. Elas estão tendo a oportunidade de cuidar das plantas em projetos de plantio de árvores”*.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social que participa são família, responsabilidade e valorização da pessoa.

Para a participante, os resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são proporcionar assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica, a promoção e apoio de eventos culturais e a melhoria das condições de lazer da população.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 5: sexo feminino, 64 anos, cursou até o Ensino Básico, é costureira e dona-de-casa. Tem uma neta que participa deste projeto e o genro que trabalha em uma das unidades produtoras da usina. Ela se encarrega de levar a neta à sede do projeto, do qual participa há menos de dois anos.

Segundo a participante, a palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é emprego.

Os impactos que melhor representam a imagem que a entrevistada possui da usina são as queimadas e os postos de trabalhos sazonais. Ela acrescentou: *“Como eu tenho rinite, com a queimada ataca mais ainda”*.

Na opinião da entrevistada, os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina são variação do salário na safra e entressafra. Ela comentou: *“O pessoal reclama muito de salário, de variação de salário. Na safra melhora; na parada piora. Na parada, não tem hora-extra. Na safra, o pessoal faz horário noturno. Ganha mais. Aí, no tempo da parada é só aquele horário 8 horas no dia. E aí a pessoa ganha pouco”*.

Quanto aos impactos negativos produzidos pelas usinas, segundo a participante, existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários. E acrescentou: *“Que tem problema tem, mas ...”*

As finalidades com que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade são ser vista como uma empresa responsável, reduzir os impactos negativos e contribuir para o bem-estar da sociedade. E completou: *“Para ajudar as crianças. Para desenvolver as crianças...”*.

Para a entrevistada, o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social que participa são bem-estar pessoal, valorização da pessoa, satisfação e esperança, segundo a participante.

Os resultados positivos que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são proporcionar assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica e promover e apoiar eventos culturais.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

7.4.2 Entrevistas realizadas com participantes vinculados à usina 45

Participante 1: sexo feminino, idade entre 40 e 50 anos, possui o Ensino Básico (4ª série) e é costureira. A filha da entrevistada participa do projeto do CEI há menos de um ano.

Segundo a entrevistada, a palavra que melhor representa a percepção da respondente sobre a usina é emprego, acrescentando: *“O que ela gera de emprego porque o que está difícil hoje é o emprego”*.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que o entrevistado possui da usina, destacam-se as queimadas e o uso intensivo do solo. Ela comentou: *“As queimadas prejudicam bastante”*.

Já quanto aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina considerou-se os postos de trabalhos sazonais e a variação do salário na safra e entressafra. Ela complementou: *“Acho que a maioria pensa no trabalho, no salário porque a maioria trabalha porque precisa”*.

A opinião sobre os impactos negativos produzidos pelas usinas, a entrevistada diz ser favorável, pois os impactos gerados não são tão degradantes como comentam. Ela justificou: *“Eles sempre procuram fazer o melhor. Mas, que ela é bem prejudicial ela é. Porque no caso dos solos, dos rios, o esgoto da usina que vai pro rio”*.

Segundo a participante, essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para ser vista como uma empresa responsável, contribuir para o bem-estar da sociedade e promover sua própria imagem. Ela acrescentou: *“Eu acho que a usina quando fez essa escola mais para ajudar os funcionários da usina. Agora, a escola é muito boa. Porque é o primeiro da minha menina aqui e eu estou gostando e se tivesse o ano que vem acha que ela ficaria de novo”*.

Para a entrevistada, o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são confiança, responsabilidade, acolhida, integração e alegria. Ela comentou: *“A escola aqui é responsável; minha filha está muito contente aqui”*.

Segundo a respondente, os resultados positivos que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são proporcionar assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica, apoiar o esporte e a eventos esportivos, a manutenção de escolas e bolsas de estudo e o plantio de árvores e viveiro de mudas. Ela destacou: *“Esse último é importante”*.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 2: sexo feminino, 22 anos, possui o Ensino Médio (3º colegial) e é dona-de-casa. O marido da entrevistada já trabalhou na usina. O filho participa deste projeto social há quase três anos. A expressão que ela utiliza para avaliar o projeto é: *“Nossa, aqui é ótimo. Eu gosto”*.

Segundo a participante, a palavra que melhor representa a percepção sobre a usina é emprego. Ela acrescentou: *“Eu acho que é uma usina boa. Emprega bastante gente. Acho que é boa. Porque aqui na cidade não tem. Só lá que tem. Não tem outra opção”*.

Os impactos que melhor representam a imagem que o entrevistado possui da usina são doenças respiratórias e variação do salário na safra e entressafra. Ela comentou: *“Eu acho que de salário. Acho que com o tempo de seca, faz muito mal. Durante a safra, eles tiram bem de salário. Depois, na parada, trabalha mais e tira menos. Ele trabalha na moenda”*.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, a respondente considera a variação do salário na safra e entressafra. Ela acrescentou: *“Porque a maioria que trabalha lá está desanimada por causa de salário mesmo. É o que eu escuto comentar na rua. O povo vem comenta. [...] Às vezes, está lá no banco, dia de pagamento...”*.

A respeito da opinião sobre os impactos negativos produzidos pelas usinas, a respondente é totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente. E comentou: *“Acho que é muito ruim”*.

Na opinião da participante, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para contribuir para o bem-estar da sociedade. E acrescentou: *“Acho que, por um lado, eles querem ajudar a comunidade”*.

Quanto ao maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina, a participante considera a comunidade em geral. Ela especificou: *“Acho que somos nós, os pais, e as crianças. Que tem a oportunidade de ter uma escola boa, com vários acompanhamentos”*.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são bem-estar pessoal e responsabilidade, segundo a entrevistada.

Os resultados positivos que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade a manutenção de creches, de escolas e bolsas de estudo.

Para a entrevistada, o oferecimento de projetos sociais pela usina não é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera. Ela justificou: *“Acho que eles deveriam melhorar mais. Reconhecer um pouco o serviço dos empregados. Também ver essa história da queimada que não faz bem”*.

Participante 3: sexo feminino, 27 anos, possui o Ensino Médio (2º colegial) e é dona-de-casa. O seu filho participa do projeto CEI há três anos.

Segundo a participante, a palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é emprego.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a participante possui da usina, ela destaca as doenças respiratórias e a qualidade do ar prejudicada.

Já os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina são, segundo a entrevistada, os postos de trabalhos sazonais e as queimadas.

Em relação aos impactos negativos produzidos pelas usinas, a entrevistada diz ser totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente.

Na opinião da participante, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para contribuir para o bem-estar da sociedade.

O maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são satisfação, alegria, esperança, acolhida, confiança, transparência e responsabilidade.

Segundo a participante, os resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são a manutenção de creches, o apoio ao esporte e a eventos esportivos, a promoção e o apoio de eventos culturais, a manutenção de escolas e bolsas de estudo, proporciona assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica, o plantio de árvores e o viveiro de mudas e a construção e a manutenção de parques recreativos.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 4: sexo feminino, 37 anos, possui o Ensino Básico (5ª série), é dona-de-casa e autônoma (vende salgados na cidade). Sua filha participa deste projeto há menos de um ano.

Para a entrevistada, a palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é emprego.

Segundo a participante, os impactos que melhor representam a imagem que possui da usina são a variação do salário na safra e entressafra e os postos de trabalhos sazonais. Ela acrescentou: *“Hoje, em dia, a gente trabalha para isso. Pra poder sustentar a família. Tem muita gente que fica porque precisa do salário. Então, a gente fica triste quando não consegue entrar na empresa”*.

O impacto que melhor representa a imagem que a comunidade possui da usina são as queimadas. Ela comentou: *“Eu acho que a comunidade já está cheia de queimada porque não gosta muito. Mas, está evitando agora...”*.

Quanto aos impactos negativos produzidos pelas usinas, na opinião da participante, existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários.

Na opinião da entrevistada, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade com a finalidade de contribuir para o bem-estar da sociedade e ser vista como uma empresa responsável.

O maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral. Ela acrescentou: *“Ela (a filha) tem cinco anos e está bem desenvolvida em vistas dos outros filhos”*.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são responsabilidade e alegria.

Quanto aos resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade, a entrevistada destaca a promoção e o apoio de eventos culturais.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 5: sexo feminino, nacionalidade europeia, mais de 40 anos, possui o Ensino Superior, é artista plástica. Tem uma filha portadora de Síndrome de Down que participa do projeto CEI há oito meses.

Segundo a entrevistada, a palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina: queimadas. Ela acrescentou: *“Não só as queimadas. [...] O que eles estão fazendo com o meio ambiente, com a camada de ozônio... E eu não posso fazer um foguinho no meu quintal que é proibido. Sabe, eu não entendo isso”*.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a participante possui da usina são o uso intensivo do solo e as queimadas. Ela comentou: *“Alguma coisa que está fazendo com a qualidade do ar é a queimada que está fazendo. Acho o uso intensivo do solo terrível porque daqui 25 anos esse solo vai virar areia”*.

Quanto aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, segundo a entrevistada, são as queimadas. E justificou: *“É muito desagradável porque tem muita gente que não tem nem forro na casa. É terrível essa coisa (fuligem) entrando dentro de casa. Pra mim, é mais o que estão fazendo com a camada de ozônio”*.

A participante diz ser totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente. Ela complementou: *“É um problema enorme. Tem, por exemplo, queimada. Tem toda essa gente... Eu acho que já foi inventada uma máquina que pode tirar sem uso de queimar. Agora, como isso afeta a usina financeiramente... É um impacto muito grande. Que de*

repente, precisa ser feito pouco a pouco. É uma coisa que eles têm que trabalhar isso. Porque só vai piorar, piorar, piorar. O mundo já está um horror”.

A entrevistada comenta também: *“Eu sei que essa é uma escola modelo. Que a usina fez isso para os funcionários e eu acho isso maravilhoso. E minha filha tem muita sorte de estar aqui. Mas, é claro que tem que se conscientizar que tem que fazer essas coisas porque estão acabando com o meio ambiente também”.*

As finalidades com que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade são cumprir a legislação, ser vista como uma empresa responsável e promover sua própria imagem. Ela acrescentou: *“Deve depender dos diretores lá dentro. Mas, se a legislação diz que tem, tem que fazer. Mas, de repente, elas (usinas) têm um pouquinho de culpa. Eles querem até recompensar um pouco porque são pessoas com um pouco de sentimento. Eles têm que ajudar a sociedade porque se eles só guardam o dinheiro e não fazem nada... Eu não sei se eles vão além do que a legislação fala. Mas, se estão fazendo é porque é o dever deles”.*

O maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina é a comunidade em geral.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são acolhida, confiança, satisfação, valorização da pessoa e esperança, segundo a entrevistada.

O resultado positivo que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade é a manutenção de creches.

Para a participante, o oferecimento de projetos sociais pela usina não é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera. Ela justificou: *“Porque o que ela está fazendo com o meio ambiente é muito grave. E isso aqui que está fazendo na cidade é o mínimo com o que eles estão fazendo com a terra. Elas (usinas) têm uma responsabilidade para com a população”.*

Participante 6: sexo feminino, com menos de 30 anos, possui o Ensino Básico e é diarista. O seu filho participa do projeto CEI há quase dois anos.

A palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é poder.

O impacto que melhor representa a imagem que a participante possui da usina é a variação do salário na safra e entressafra.

Já em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, a participante destaca as doenças respiratórias e o uso intensivo do solo.

Na opinião da entrevistada, os impactos negativos produzidos pelas usinas são avaliados pela mesma como normais, porque é um processo produtivo e como qualquer outro processo gera impactos negativos no ambiente (ar, água, solo, etc).

Segundo a participante, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para cumprir a legislação.

E acrescentou: o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina são os donos.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são responsabilidade, confiança e acolhida, segundo a entrevistada.

Em relação aos resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade, a participante ressalta que proporciona assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica, a manutenção de creches, o apoio ao esporte e a eventos esportivos e o plantio de árvores e viveiro de mudas.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 7: sexo masculino, 40 anos, possui o Ensino Básico (5ª série) e é auxiliar de serviços gerais na Prefeitura da cidade onde a usina está situada. O seu filho frequenta o projeto CEI há sete meses.

Segundo o entrevistado, a palavra que melhor representa a percepção sobre a usina é açúcar e álcool. Ele acrescentou: *“Usina para mim é uma fábrica que faz álcool e açúcar como essa usina”*. Mas, o entrevistado fez outros comentários: *“Eu acho que pra mim é o trabalho. Fonte de trabalho. Ela dá bastante serviço pra bastante gente aqui. A maioria do pessoal trabalha na usina. Eu acho que se não fosse a usina e a Prefeitura aqui ia ficar complicado aqui. Ela dá bastante serviço. E fora que se precisar de um caminhão que pegou fogo, a Prefeitura não tem como mandar um porque só tem um e é velho. E ela de vez em quando está quebrando o galho da cidade. Além de dar trabalho, ajuda muito a Prefeitura”*.

Os impactos que melhor representam a imagem que o participante possui da usina são as queimadas. Ele comentou: *“As queimadas de cana que poluem muito e a fuligem pra que tem problema respiratório como eu e meu filho têm... Fica um pouquinho complicado”*.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, o entrevistado também considera as queimadas. Ele acrescentou: *“Pelo que*

eu estou vendo no rádio... eu acho que a maioria deve pensar igual eu. O que está prejudicando um pouco mais é a queimada mesmo. Eu acho que a queimada já atinge ... os problemas de doença, de alergia já vem da queimada. Porque se a pessoa tiver falta de ar isso aí ajuda a complicar bastante” .

Na opinião sobre os impactos negativos produzidos pelas usinas, o participante diz ser favorável, pois os impactos gerados não são tão degradantes como comentam. Ele acrescentou: *“Eu acho que é ruim. Normal não é. Eu acho que deveria estudar alguma forma que não precisasse queimar a cana já que está prejudicando tanta gente. Acho que devia dar um jeito. Uma solução. A água é uma coisa que todo mundo precisa. Já está passando direto na televisão que a água está acabando. O que tem está contaminada. Acho que não é tanto como fala. É prejudicial. Eles também têm responsabilidade do que estão fazendo também”*.

Para o entrevistado, essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para ser vista como uma empresa responsável, contribuir para o bem-estar da sociedade e reduzir os impactos. Ele complementou: *“Eu acho que eles estão pensando na educação. Eles estão preocupados com a educação. Do jeito que está o Brasil hoje ninguém tem educação para nada. Eu acho que eles não iriam fazer isso para aparecer. Acho que não precisa porque já é uma firma grande”*.

Quanto ao maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina, ressaltou a comunidade em geral. Ele comentou: *“Eu não sou funcionário dela, mas acho que ela está fazendo coisa boa para a cidade”*.

As palavras que melhor representam a relação do entrevistado com o projeto social do qual participa são família e responsabilidade.

Para os resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade, o participante não respondeu.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo o entrevistado.

Participante 8: sexo feminino, 39 anos de idade, possui o Ensino Básico (4ª série), é dona-de-casa e babá. Sua filha participa do projeto do CEI há mais de dois anos.

Segundo a participante, a palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é desenvolvimento local.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a participante possui da usina, destacou as doenças respiratórias. *“Minha filha tem bronquite”*.

Os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, a entrevistada também responde as queimadas.

Quanto aos impactos negativos produzidos pelas usinas, na opinião da participante, existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários.

A finalidade com que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade é contribuir para o bem-estar da sociedade.

Na opinião da entrevistada, o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina são os clientes da usina.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social que participa são confiança e alegria.

Os resultados positivos que os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica e manutenção de escolas e bolsas de estudo.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 9: sexo feminino, idade entre 31 e 40 anos, possui o Ensino Básico e é dona-de-casa. Seu filho participa do projeto CEI há mais de dois anos.

Na opinião da entrevistada, a palavra que melhor representa a percepção da entrevista sobre a usina é emprego.

Os impactos que melhor representam a imagem que a participante possui da usina são a variação do salário na safra e entressafra e as queimadas.

Já os impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina são, na opinião da entrevistada, as queimadas.

Quanto aos impactos negativos produzidos pelas usinas, a participante comentou que existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários.

A finalidade com que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade é contribuir para o bem-estar da sociedade. Ela acrescentou: *“Ajudar as pessoas”*.

Em relação ao maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina, a participante destacou a comunidade em geral. Ainda complementou: *“Os filhos”*.

A palavra que melhor representa a sua relação com o projeto social do qual participa é confiança.

Os resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são proporcionar assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica e manutenção de creches.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 10: sexo feminino, 45 anos, tem curso técnico e é dona-de-casa. Seu filho participa do projeto CEI há mais de dois anos.

A palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é açúcar e álcool.

Na opinião da participante, o impacto que melhor representa a imagem que a participante possui da usina são as doenças respiratórias.

Quanto aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, ela destacou os postos de trabalhos sazonais.

Sobre os impactos negativos produzidos pelas usinas, a entrevista diz ser favorável, pois os impactos gerados não são tão degradantes como comentam.

As finalidades com que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade são contribuir para o bem-estar da sociedade, aumentar o lucro da empresa, reduzir os impactos negativos e promover sua própria imagem.

Para a respondente, o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina são os clientes da usina.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social do qual participa são bem-estar pessoal, acolhida, família e alegria.

Os resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são manutenção de creches, apoio ao esporte e a eventos esportivos, manutenção de escolas e bolsas de estudo e promoção e apoio de eventos culturais.

O oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a participante.

Participante 11: sexo feminino, idade entre 21 e 30 anos, possui o Ensino Médio e ocupa a função de serviços gerais. A entrevistada já trabalhou no cultivo da cana na usina. Sua filha participa do projeto CEI há quase dois anos.

Na opinião da participante, a palavra que melhor representa a percepção da entrevistada sobre a usina é emprego.

Os impactos que melhor representam a imagem que a entrevistada possui da usina são a variação do salário na safra e entressafra e as queimadas.

Em relação aos impactos que melhor representam a imagem que a comunidade possui da usina, segundo a entrevistada, ela respondeu doenças respiratórias.

Quanto aos impactos negativos produzidos pelas usinas, a entrevistada é totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente.

Na opinião da participante, a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade para contribuir para o bem-estar da sociedade e aumentar o lucro da empresa.

O maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina são os donos.

As palavras que melhor representam a sua relação com o projeto social que participa são bem-estar pessoal, confiança e responsabilidade.

Os resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade são construção e manutenção de parques recreativos, manutenção de escolas e bolsas de estudo e plantio de árvores e viveiro de mudas.

O oferecimento de projetos sociais pela usina não é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera, segundo a entrevistada.

7.5 Análise dos Dados

Nesta seção, são comentados os dados coletados nas entrevistas e por meio de observações presenciadas pela pesquisadora nas sedes dos projetos sociais selecionados para estudo. Num primeiro momento, é apresentado o perfil dos participantes e, posteriormente, as variáveis que coletaram as percepções dos entrevistados sobre as externalidades.

7.5.1 Perfil dos participantes da pesquisa

O perfil dos participantes se constituiu de mulheres, na sua maioria, com idade entre 31 e 64 anos. Houve a participação de uma pessoa do sexo masculino. Mais da metade dos entrevistados possui somente o Ensino Básico e apenas um dos participantes possui nível superior. Esta foi a principal razão da dificuldade de obter relatos adicionais dos participantes, o que a levou a pesquisadora a ajudá-los no entendimento das perguntas.

A pesquisa também revelou que boa parte dos participantes constitui-se por donas-de-casa. Há também a participação de pessoas com outras ocupações, entre elas auxiliar de serviços gerais, diarista, costureira, autônomo e artista plástica.

Esses participantes estão próximos e diretamente ligados às crianças beneficiadas pelos projetos sociais das duas usinas em questão. Nenhum entrevistado trabalha nas usinas. Registrou-se também a presença de duas pessoas com histórico de vínculo empregatício na atividade canavieira.

7.5.2 Análise sobre a percepção dos participantes

A partir das entrevistas, a pesquisadora obteve percepções em duas dimensões: individual e coletiva. Na primeira, buscou-se conhecer a identidade do participante em relação às variáveis da pesquisa. E na segunda, indagou-se ao participante sobre sua percepção em relação à identidade que a comunidade constrói frente a tais variáveis. Em outras palavras, procurou-se captar a percepção individual (como eu vejo) e a coletiva (como eu penso que a comunidade observa).

Análise da questão 1: Qual é a palavra que melhor representa sua percepção sobre essa usina? Opções de respostas: ação social, açúcar e álcool, família, mãe, poder, queimadas, meio ambiente, desenvolvimento local e emprego.

A palavra que melhor representa a percepção da maioria dos participantes sobre as usinas 14 e 45 é “emprego”, seguida das palavras “queimadas”, “desenvolvimento local” e “açúcar e álcool”. Embora as condições geo-econômicas dos municípios onde as usinas estão alocadas sejam diferenciadas, a questão do emprego é destacada por agentes ligados às duas unidades. No caso da usina 14, aspectos como a dificuldade de conseguir um serviço e o número de postos de trabalhos gerados pela empresa justificam a alta frequência de tal resposta.

Segundo uma das entrevistadas: “[...] *hoje, eu não dependo totalmente dela [...]* Hoje, eu tenho três filhos que podem estar dependendo dela. Porque principalmente para nós onde a gente mora as condições de trabalho é muito difícil. Então, a usina seria o local mais apropriado no momento”.

Para o público da usina 45, a justificativa mais freqüente é a baixa capacidade do município na geração de empregos, fato que reforça a importância da usina para a cidade

como fonte geradora de trabalho. Para um dos entrevistados: *"Eu acho que pra mim é o trabalho. Fonte de trabalho. Ela dá bastante serviço pra bastante gente aqui. A maioria do pessoal trabalha na usina. Eu acho que se não fosse a usina e a Prefeitura aqui ia ficar complicado aqui. Ela dá bastante serviço. [...] além de dar trabalho, ajuda muito a Prefeitura"*.

Essa realidade de grandeza também está atrelada aos impostos pagos pela usina 45 ao município. A segunda atividade econômica geradora de emprego naquela cidade é uma transportadora, seguida por outras atividades agropecuárias e pelo turismo.

Análise da questão 2: Quando você pensa nessa usina, qual(is) dos impactos abaixo melhor representa(m) a imagem que você tem dela? Opções de respostas: qualidade do ar prejudicada, uso intensivo do solo, doenças respiratórias, queimadas, variação do salário na safra e entressafra e postos de trabalhos sazonais.

No tocante à representação dos **impactos gerados pelas usinas**, as respostas mais freqüentes foram “queimadas”, “doenças respiratórias” e “variação do salário na safra e entressafra”, levando em consideração os públicos externos das usinas 14 e 45. A expressão “queimadas” está sempre associada às percepções negativas dos participantes, pois ela remete a problemas de saúde com pessoas da comunidade e com familiares. Para um dos entrevistados: *“As queimadas de cana que poluem muito e a fuligem pra que tem problema respiratório como eu e meu filho têm... Fica um pouquinho complicado”*. Para outro entrevistado: *“[...] eu acho que a comunidade já está cheia de queimada porque não gosta muito. Mas, está evitando agora...”*.

Quanto à “variação do salário na safra e entressafra”, há sempre a queixa da queda de rendimentos recaindo sobre o trabalhador, sua família e a comunidade, gerando insegurança e instabilidade nas dinâmicas familiar e social.

Vale destacar o comentário de uma participante sobre o impacto da atividade canavieira relacionado ao “uso intensivo do solo”: [...] *“Alguma coisa que está fazendo com a qualidade do ar é a queimada que está fazendo. Acho o uso intensivo do solo terrível porque daqui 25 anos esse solo vai virar areia”*. A baixa freqüência de respostas em relação a esse aspecto (solos) justifica-se pelo fato da externalidade “alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente” serem pouco perceptíveis às pessoas quando comparadas às queimadas.

Análise da questão 3: Em sua opinião, qual(is) impacto(s) as pessoas da comunidade mais observam em relação a essa usina? Opções de respostas: qualidade do ar prejudicada, uso intensivo do solo, doenças respiratórias, queimadas, variação do salário na safra e entressafra e postos de trabalhos sazonais.

Novamente, mas desta vez na dimensão coletiva, a palavra “queimadas” é apontada como o principal impacto observado pela comunidade em relação às duas usinas. Pelos relatos, observa-se que em ambas as dimensões (individual e coletiva), as reclamações sobre essa prática são as mesmas: [...] *“pelo que eu estou vendo no rádio... eu acho que a maioria deve pensar igual eu”* [...]. Em alguns casos, ressalta-se a necessidade de reduzir as queimadas para a melhoria da qualidade do ar nas cidades e também para não agredir a camada de ozônio. *“[...] O que eles estão fazendo com o meio ambiente, com a camada de ozônio... E eu não posso fazer um foguinho no meu quintal que é proibido. Sabe, eu não entendo isso”*.

Por outro lado, a alternativa de redução das queimadas é avaliada como uma medida a ser ponderada, tendo em vista que ela minimizaria a oportunidade de empregos. Para uma das entrevistadas: *“[...] no momento, o que a gente mais pensa é na queimada. Se entrar a máquina pra cortar, vai tirar o emprego das pessoas”*.

Análise da questão 4: O que você pensa em relação aos impactos negativos produzidos pelas usinas? Opções de respostas: considero normal porque é um processo produtivo e como qualquer outro processo gera impactos negativos no ambiente (ar, água, solo, etc); existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários; sou totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente; sou favorável, pois os impactos gerados não são tão degradantes como comentam.

Essa questão foi a mais expressiva para mostrar a dicotomia entre ações sociais e externalidades negativas. Ficou nítida a posição das pessoas entre rejeitar os impactos negativos produzidos pelas usinas, reconhecer a dependência da atividade econômica que gera tais externalidades e os benefícios trazidos pelos projetos sociais. Observou-se que os participantes consideram tanto que “existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os

funcionários” quanto “sou totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente”.

Para algumas participantes: *“Que tem problema tem, mas [...]”*; *“Eles sempre procuram fazer o melhor. Mas, que ela é bem prejudicial ela é. Porque no caso dos solos, dos rios, o esgoto da usina que vai pro rio”*; *“É um problema enorme. Tem, por exemplo, queimada. Tem toda essa gente [...]”*; *“Eu acho que é ruim. Normal não é”*.

De modo geral, grande parte dos entrevistados percebe os danos causados pela atividade canavieira e realmente consideram esses impactos como problemáticos. Por outro lado, os benefícios obtidos por meio dos projetos sociais pesam numa análise de ganhos e perdas, visto que essas pessoas podem usufruir de uma ajuda para educar seus filhos. *“[...] eu acho que eles poderiam melhorar nessa parte da queimada. Deveria ser proibido. Pra não prejudicar as pessoas. [...] existem riscos para as pessoas. Só que ela ajuda nossos filhos também”*; *“[...] tem os benefícios, né? É o açúcar e o álcool. E tem os prejuízos pra nossa saúde”*.

Análise da questão 5: Em sua opinião, por que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade? Opções de respostas: cumprir a legislação; ser vista como uma empresa responsável; contribuir para o bem-estar da sociedade; aumentar o lucro da empresa; reduzir os impactos negativos; e promover sua própria imagem.

Quanto às razões pelas quais a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade, em ambas as comunidades, a maior frequência de resposta foi “contribuir para o bem-estar da sociedade”, destacando a educação das crianças e adolescentes: *“[...] ela está pensando mais nos adolescentes agora [...] A gente via muito adolescente saindo da escola [...]. Então, o que fazia esses adolescentes? Fica pra rua. Ficava fazendo coisa que não devia. Então, esse é um projeto excelente que ela deu. De instruir eles de várias coisas. Eu acho uma maravilha isso”*; *“[...] acho que eles estão dando uma ótima oportunidade para os nossos filhos tanto de pais que são funcionários da usina e que não são. Hoje, o projeto para eles está trazendo um benefício muito bom”*; *Eu acho que eles estão pensando na educação. Eles estão preocupados com a educação”*; *“Ajudar as pessoas”*.

Foram registrados ainda depoimentos atrelados à imagem das usinas junto ao público externo. Tais relatos procuravam justificar o porquê dessas unidades produtoras estarem atuando em atividades sociais. *“[...] Eu acho que de alguma maneira, ela tem que gerar alguma coisa. Porque as pessoas ficam vendo só o lado ruim, não é bom pra ela*

(usina). Então, de qualquer modo, o que eles fazem, deixa as pessoas não pensarem tanto mal delas. Antes das minhas filhas fazerem esse curso, a gente pensava (de maneira ignorante). Ah, a usina só prejudica. Mas, a gente não via o outro lado. Depois, que a gente começa a ver. A prestar atenção”; “[...] eu acho que eles não iriam fazer isso pra aparecer. Acho que não precisa porque é uma firma grande”.

No tocante às justificativas atreladas à legislação, registrou-se “[...] se a legislação diz que tem, tem que fazer. Eu não sei se eles vão além do que a legislação fala. Mas, se estão fazendo é porque é o dever deles”.

Houve também entrevistados que associaram as ações sociais das usinas às externalidades, como forma de reduzir os impactos negativos. “[...] Mas, de repente, elas (usinas) têm um pouquinho de culpa. Eles querem até recompensar um pouco porque são pessoas com um pouco de sentimento. Eles têm que ajudar a sociedade porque se eles só guardam o dinheiro e não fazem nada [...]”.

Análise da questão 6: Em sua opinião, quem é o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina? Opções de respostas: a própria usina; os clientes da usina; os fornecedores; a comunidade em geral; e os donos.

Todos os participantes apontaram que a comunidade em geral é a maior beneficiada pelos projetos sociais das usinas, destacando-se “os próprios alunos”; “os próprios adolescentes”; “as próprias crianças”; “Acho que são os pais, e as crianças. Que tem a oportunidade de ter uma escola boa, com vários acompanhamentos”.

Alguns depoimentos apontaram como beneficiados “os donos das usinas” e “os clientes da usina”.

Análise da questão 7: Qual é a palavra que melhor representa a sua relação com o projeto social que participa? Opções de respostas: bem-estar pessoal; responsabilidade; satisfação; valorização da pessoa; acolhida; transparência; afiliação; integração; esperança; confiança; família; alegria.

Uma das palavras que melhores representam a relação dos pais de alunos com o projeto social do qual participa na usina 45 é a **responsabilidade**. O que justifica é o fato das crianças encontrarem um ambiente onde os profissionais envolvidos (pedagogos, educadores, assistentes sociais, psicólogos, entre outros) se mostram dedicados, preocupados e

extremamente atenciosos com o trabalho que estão realizando, bem como a importância da responsabilidade no processo educacional das crianças. *“A escola aqui é responsável; minha filha está muito contente aqui”*.

Vale destacar as palavras de uma mãe que tem uma filha portadora de Síndrome de Down, integrante do projeto CEI: acolhida, confiança, satisfação, valorização da pessoa e esperança.

Já na usina 14, a palavra de maior frequência para os pais de alunos é **família**. *“Meus filhos estão adorando”*.

Análise da questão 8: Quais resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade? Opções de respostas: melhoria das condições de lazer da população; proporciona assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica; construção e manutenção de parques recreativos; manutenção de creches; apoio ao esporte e a eventos esportivos; manutenção de escolas e bolsas de estudo; plantio de árvores e viveiro de mudas; e promoção e apoio de eventos culturais.

Os entrevistados da usina 14 consideram que o principal resultado positivo que os projetos sociais das usinas gera para a comunidade é o oferecimento de assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica. Já na usina 45, a resposta mais frequente foi a manutenção de escolas e bolsas de estudo.

Muitos entrevistados também responderam “plantio de árvores e viveiro de mudas”, justificando: *“porque lá perto onde moro, eles (a usina) fizeram muitos plantios de árvores. [...] porque eles tiraram árvores de algum lugar, eles têm que repor. Tem até árvore frutífera”*.

Além dos benefícios advindos com a geração de empregos e educação para os filhos, os projetos sociais também foram lembrados na preservação do meio ambiente.

Análise da questão 9: Na sua opinião, o oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera? Opções de respostas: sim e não.

Para a maioria dos participantes, a existência e a oferta de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera para a sociedade e para o meio ambiente. Em algumas entrevistas, houve os seguintes relatos: *“acho que eles (usinas)*

deviam melhorar mais. Reconhecer um pouco o serviço dos empregados. Também ver essa história da queimada que não faz bem [...]” ; “Porque o que ela está fazendo com o meio ambiente é muito grave. E isso aqui que está fazendo na cidade é o mínimo com o que eles estão fazendo com a terra. Elas (usinas) têm uma responsabilidade para com a população” .

O próximo capítulo apresenta as considerações finais do estudo e tece comentários sobre as análises aqui apresentadas.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos relatos coletados nas entrevistas, nas observações registradas durante o encontro com as coordenadoras dos projetos sociais e no aprendizado obtido com o desenvolvimento deste estudo, seguem comentários considerados relevantes.

Um dos primeiros aspectos diz respeito ao conceito de RSC, que está embutido nas ações sociais desenvolvidas pelas duas usinas. A proposta, da qual se reveste esses projetos, remonta às iniciativas empresariais desenvolvidas na década de 60. Se no passado procuravam cumprir a dimensão governamental, hoje, concorrem também ao atendimento da construção da boa imagem de empresas-cidadãs, visto que a questão das externalidades negativas está presente de forma contundente.

Nesse sentido, resgatam-se os comentários de Chrisman e Carroll de que as organizações expandiram sua função social a partir de atividades filantrópicas, num primeiro diálogo, com a sociedade. Essa lógica não estava focada na reversão das externalidades negativas produzidas no ambiente pelas empresas, mas em ações compensatórias. As atividades desenvolvidas não representavam qualquer tentativa de mudança na concepção econômica, porém, uma compensação para alguma causa social.

Esse fato coincide com o período das primeiras preocupações sociais do setor sucroalcooleiro, por volta de 1960, com investimentos focados nos lavradores e familiares, mas ainda orientados pela lei (Estatuto da Lavoura Canavieira). As ações sociais desenvolvidas pelas duas usinas aproximam-se das obrigações legislativas ainda daquela época e focadas, de forma semelhante, nas áreas da saúde, educação, meio ambiente, cultura e esporte.

Do ponto de vista da evolução histórica da RSC, portanto, não se registram mudanças expressivas na utilização do conceito para fins de transformações socioeconômicas e culturais, o que reforça a idéia do paternalismo presente no comando da relação entre usina-comunidade, desta feita, revestido de um discurso mais atrativo e melhor elaborado.

Uma das constatações que corrobora para esses argumentos pode ser analisada do ponto de vista da caracterização dos projetos de ações sociais apresentados pelas duas usinas. Entre os projetos da usina 45, citam-se “Apoio financeiro e em espécies”, eminentemente, de cunho filantrópico, e “Dicionário Ambiental Básico”, que tenta preencher lacunas do próprio sistema educacional constituído. Ainda que esses projetos sociais encontram redundância na comunidade carente, é questionável o seu papel na construção de comunidades autogerenciáveis.

Comparando-se as duas usinas utilizadas neste trabalho, observam-se realidades distintas no tocante à gestão dos projetos. Enquanto uma unidade produtora possui uma fundação para o desenvolvimento de projetos sociais, a outra utiliza uma estrutura já existente atrelada à da organização. No primeiro caso, as ações sociais tendem a extrapolar as necessidades básicas da comunidade local. Prova disso é o projeto “Repensando com Arte - Grupo Teatral Expressões” desenvolvido pela usina 14 e levado a todas as cidades onde a usina atua – já atendeu mais de 150 mil pessoas até 2007.

Na avaliação das comunidades, o oferecimento de projetos sociais é uma forma de as usinas compensarem os impactos negativos produzidos no meio ambiente. Algumas pessoas acrescentam, porém, que o estrago gerado pelas externalidades negativas não pode ser simplesmente recompensado pelas ações sociais.

A questão das externalidades se mostra como o ponto de confluência para a geração da dicotomia no modo de vida das pessoas dessas comunidades, dividido entre o desfrutar dos benefícios gerados pelos projetos sociais das usinas e o conviver com a realidade resultante dos impactos negativos.

De um lado, destacam-se o desenvolvimento econômico nos municípios onde as usinas estão localizadas e a importância dessas empresas na geração de empregos e na educação de crianças e jovens. De outro, revelam-se as preocupações com as queimadas, para a própria saúde e dos familiares, as variações do salário na safra e entressafra e os postos de trabalhos sazonais.

A dicotomia observada revela-se como elemento da identidade das pessoas na medida em que ela cria uma condição “do ser” e do “vir a ser”. Isso pode ser claramente percebido no relato de algumas mães entrevistadas: *“Que tem problema tem, mas [...]”*; *“Eles sempre procuram fazer o melhor. Mas, que ela é bem prejudicial ela é. Tem toda essa gente [...]”*; *“Eu acho que é ruim. Normal não é”*; *Só que ela ajuda nossos filhos também”*; *“[...] tem os benefícios, né? E tem os prejuízos pra nossa saúde”*.

Nesse sentido, a dicotomia instalada interfere no conceito e sentido de si mesmo e do outro, modificando um sistema de significados, valores e ideologias e tornando a própria identidade individual objeto de dissonância em relação ao contexto social.

Ainda nesse contexto, revela-se o aspecto temporal e imutável da construção da identidade pessoal. Ao longo da vida do indivíduo e nas diferentes fases da existência, a identidade vai sendo construída e reconstruída. Em um dos relatos de umas das mães, esse processo fica bastante evidente: *“[...] antes das minhas filhas fazerem esse curso, a gente pensava (de maneira ignorante), ah a usina só prejudica. Mas, a gente não via o outro lado.*

Depois, que a gente começa a ver, a prestar a atenção”. Nota-se que, no início, a entrevistada tinha percepções negativas sobre uma das usinas (idéia de passado), mas com os benefícios advindos do projeto social do qual participa, a identidade foi sendo alterada (idéia de presente).

A identidade social das duas usinas é revelada por meio de imagens que se relacionam à atividade produtiva, à provedora de empregos e renda e à emissora de impactos negativos, resultando em diferentes e conflituosas impressões das comunidades. Nesse sentido, não se pode afirmar que a identidade social está formada a partir de percepções únicas. Ao serem indagados sobre qual expressão melhor representa a usina, por exemplo, os entrevistados deram respostas variadas, entre elas: emprego, mãe, produtividade, açúcar e álcool, poder e desenvolvimento local.

Buscando compreender o papel dos projetos sociais oferecidos pelas usinas, na construção da sua identidade social, pode-se perceber que eles são coadjuvantes, pois não são explicitamente mencionados pelos sujeitos da pesquisa. Assim, expressões diretamente relacionadas a oportunidades de trabalho, salário, açúcar e álcool, poder e desenvolvimento são muito mais apropriadas para expressar a imagem criada pelas comunidades. Desse modo, a construção da imagem organizacional das usinas pela comunidade externa beneficiada pelos seus projetos sociais é também um contexto dicotômico pautado, de um lado, pelas facilidades propiciadas (emprego, renda, educação, etc.) e, de outro, pelas repercussões dos impactos negativos da atividade produtiva.

Assim, caberiam duas questões complementares: Qual imagem as usinas desejariam obter junto à comunidade a partir do oferecimento dos projetos sociais? Qual seria a imagem construída pelo público interno (das usinas) sobre o oferecimento de projetos sociais à comunidade?

Com base nas reflexões apresentadas a partir dos dados coletados nas duas usinas, são feitas algumas sugestões, no intuito de contribuir para estudos que abordam o tema:

- o conceito de RSC deve ser aplicado contextualmente. Neste estudo, observaram-se contrastes nesse aspecto entre uma usina e outra. Na usina 14, cujos projetos sociais são desenvolvidos através de uma fundação, as práticas de RSC estruturam-se a partir de uma gestão específica, o que pode sinalizar maior preocupação com a eficácia das mesmas. Ao mesmo tempo, não se pode afirmar que tais práticas são mais eficazes para as comunidades, visto que devem ser levadas em conta as peculiaridades e as representações sociais locais, bem como não podem ser representantes de uma abordagem estratégica da organização;

- diante das conquistas e desenvolvimento obtidos pelo setor sucroalcooleiro nos últimos anos nos cenários nacional e internacional, bem como da realidade imposta pelas externalidades negativas que ele gera, a RSC deveria, de fato, ser um item permanente na sua pauta estratégica, ultrapassando qualquer conotação de modismo ou filantropismo empresarial;

- a pauta estratégica representaria uma forma de se conceber o desenvolvimento econômico atrelado ao desenvolvimento social a partir da preservação dos recursos ambientais e culturais para as gerações presentes e futuras. Tal sugestão se baseia no “modelo circular dos sistemas vivos” de Senge (2001), ou seja, produzir, reciclar e regenerar;

- a questão das externalidades negativas é percebida de forma dissonante, visto que gera ambiguidades nas comunidades. Esse fato demonstra a dificuldade dos indivíduos em construir a imagem organizacional das usinas separadamente de seus impactos indesejáveis;

- a continuidade deste estudo é desejável na linha de: (1) analisar projetos oferecidos em outras áreas além da educação; (2) incluir outros *stakeholders* no âmbito do público externo, desde que sejam beneficiados dos projetos sociais; (3) incluir outros *stakeholders* no âmbito do público externo, considerando beneficiados ou não-beneficiados dos projetos sociais; (4) estender a outras usinas com estruturas de gestão social atreladas à da organização (como é o caso da usina 14), visando uma melhor compreensão quanto à percepção dos indivíduos beneficiados; (5) compreender o impacto de variáveis como porte geográfico e econômico das localidades em que se encontram as usinas no oferecimento de projetos sociais; (6) aprofundar conhecimento sobre a relação entre identidade e a construção da imagem organizacional, por meio de percepções da comunidade externa; (7) analisar outros setores da economia nacional, buscando encontrar variabilidade nos resultados obtidos.

Além disso, trabalhos futuros poderão focar alguns aspectos não tratados neste trabalho, tendo em vista as limitações temporal e geográfica, a indisponibilidade de algumas empresas e o número de projetos sociais desenvolvidos pelas usinas do Estado de São Paulo.

Por fim, a contribuição deste trabalho para empresas do setor sucroalcooleiro, considerando-se um curso de Mestrado Profissionalizante, está na utilização em discussões sobre a condução de novas práticas de ações sociais em outros campos de atuação menos desenvolvidos pelas usinas. Àquelas unidades produtoras que ainda não adotam tais iniciativas, o estudo trará diversos exemplos que poderão servir de motivação.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. **Organizational identity: a reader**. Oxford University Press Oxford, 2004. p.80-90.

ALDAY, H.E.C.; PINOCHET, L.H.C. A relação entre as dimensões do marketing para causas sociais com as estratégias empresariais em busca da vantagem competitiva: um estudo de caso. In: ENANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia. 1 CD-ROM.

ALVESSON, M. Organization: from substance to image. **Organizations Studies**. v.11, n.3, p.373-394, 1990.

_____. Beyond neopositivists, romantic and localists: a reflexive approach to interview in organizational research. **Academy of Management Review**, v.28, n.1, p.13-33, 2003.

ANDRADE, R.O.B.; TACHIZAWA, T.; CARVALHO, A.B. **Gestão ambiental: um enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Makron Books, 2002. 232p.

ASHFORTH, B.; MAEL, F. Social identity theory and the organization. **Academy of Management Review**, v.14, n.1, p.20-39, 1989.

ASHLEY, P.A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002. 205p.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977. 225p.

BARNETT, M.L.; JERMIER, J.M.; LAFFERTY, B. A. Corporate reputation: the definitional landscape. **Corporate Reputation Review**. v.9, n.1, p.26-38, 2006.

BARROS, G.S.C.; SILVA, S.F. **Agronegócio fecha 2006 com pequeno crescimento**. Disponível em:
<http://www.cepea.esalq.usp.br/comunicacao/Cepea_PIBAgro_2006.doc>. Acesso em: 22 mar. 2007, 16h48'.

BERNSTEIN, D. **Company image and reality: a critique of corporate communications**. Londres: Holt, Rhinehart e Winston, 1984.

BHATTACHARYA, C.B.; SEM, S. Consumer-company identification: a framework for understanding consumers' relationships with companies. **Journal of Marketing**. v.67, p.76-88, April 2003.

BOUCHIKHI, H.; KIMBERLY, J.R. Escaping the identity trap. **Sloan Management Review**, v.44, n.3, Spring 2003.

BOWEN, H.R. **Responsabilidades sociais do homem de negócios**. Tradução Octávio Alves Velho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957. 306p.

BRASIL. Resolução Conama nº 001, de 23 de janeiro de 1986. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res86/res0186.html>>. Acesso em: 22 fev.2007.

_____. Resolução Conama nº. 237, de 19 de dezembro de 1997. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res97/res23797.html>>. Acesso em: 22 fev.2007.

_____. Resolução Conama nº. 010, de 14 de dezembro de 1988. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res88/res1088.html>>. Acesso em: 22 fev.2007.

_____. Lei nº. 4.771, de 15 de setembro de 1965. Institui o novo Código Florestal. Disponível em: <http://www.cetesb.sp.gov.br/licenciamentoo/legislacao/federal/leis/1965_Lei_Fed_4771.pdf>. Acesso em: 20 jun.2007.

CALDAS, M.P.; WOOD JUNIOR, T. Identidade organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v.37, n.1, p.6-17, 1997.

CANA: os impressionantes números do setor (safra 2006/07). **JornalCana**. Ribeirão Preto, Disponível em: <<http://www.jornalcana.com.br/Conteudo/Conheca%20o%20Setor.asp>>. Acesso em: 08 mar. 2007.

CARON, D. Cana, açúcar, álcool (automóveis) e empregos. **Boletim Qualidade de Vida**, Piracicaba, a.1, n.4, p.1-4, set.1999.

CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA. **Barreiras técnicas (TBT)**. 2007. Disponível em: <http://www.cepea.esalq.usp.br/tbt/?id_page=327>. Acesso em: 28 jan.2008. 15h50'

CEVOLI, M. BELL: O Advento Pós-Industrial. In: DE MASI, Domenico (Org.). **A**

Sociedade Pós Industrial. Tradução Anna Maria Capovilla. São Paulo: Senac, 1999. 443p.

CHRISMAN, J.J., CARROLL, A.B. Corporate responsibility: reconciling economic and social goals. **Sloan Management Review**, v.25, n.º.2, Winter 1984.

CLARKSON, M.B.E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **Academy of Management Review**, v.20, n.1, p. 92-117, 1995.

DEAN, D.H. Consumer perception of corporate donations. **Journal of Advertising**, v.32, n.4, p.91-102, 2004.

DEAUX, K.; WRIGHTSMAN, L.S. **Social psychology**. 5.ed. Estados Unidos: Brooks/Cole, 1988.

DOWLING, G.R. Developing your company image into a corporate asset. **Long Range Planning**, v.26, n.2, p.101-109, 1993.

DRUCKER, P.F. **Sociedade Pós-Capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1999. 186p.

DUARTE, G.D; DIAS, J.M.A.M. **Responsabilidade social: a empresa hoje**. Rio de Janeiro: LTC, 1986. 139p.

DUBAR, C. **A socialização: construção das identidades sociais e profissionais**. Portugal: Porto, 1997. 240p.

DUTTON, J.E.; DUKERICH, J.M.; HARQUAIL, C.V. Organizational images and member identification. **Administrative Science Quarterly**, v.39, n.2, p.239-263, 1994.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Monitoramento por satélite**. 2003. Disponível em:
<<http://www.cana.cnpm.embrapa.br/agroeco.html>>. Acesso em: 22 mar.2006. 10h51'.

FERRAZ, J.M.G. Setor sucroalcooleiro, agribusiness e ambiente. In: FERRAZ, J. M. G.; PRADA, L. S.; PAIXÃO, M. **Certificação socioambiental do setor sucroalcooleiro**. São Paulo: Embrapa Meio Ambiente, 2000. 192p.

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, 13 set. 1970.

GHADIRI, D.P.; DAVEL, E. Do sólido ao fluido: contradição organizacional e paradoxo na reconstrução de identidade. **RAE eletrônica**, v.5, n.1, jan./jun.2006.

GIOIA, D.A.; SCHULTZ, M.; CORLEY, K.G. Organizational identity, image, and adaptive instability. **Academy of Management Review**, v.25, n. 1, p.63-81, 2000.

GONÇALVES, D.B. **Mar de cana, deserto verde?** Dilemas do desenvolvimento sustentável na produção canavieira paulista. 2005. 256f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2005.

GRAY, E.R.; BALMER, J.M.T. Managing corporate image and corporate reputation. **Long Range Planning**, v.31, n.5, p.695-702, 1998.

GUEDES, S. N. R.; GALLO, Z.; MARTINS, L. A. T. P. Passado, presente e futuro da agroindústria canavieira do Brasil: uma reflexão a partir da perspectiva do desenvolvimento sustentável. In: MORAES, M. A. F. D. de; SHIKIDA, P. F. A. (Coords.). **Agroindústria canavieira no Brasil: evolução, desenvolvimento e desafios**. São Paulo: Atlas, 2002. 367p.

HAGUETTE, T.M.F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1990. 163p.

HILDEBRAND, D.F.N.; SLONGO, L.A. A identificação consumidor-empresa pelo prisma institucional: o valor como capital para a empresa. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador. 1 CD-ROM.

HOGG, M; TERRY, D. Social identity and self-categorization processes in organizational context. **Academy of Management Review**, v.25, n.1, p.121-140, 2000.

INSTITUTO DO AÇÚCAR E DO ÁLCOOL. Estatuto da Lavoura Canavieira e legislação complementar. Rio de Janeiro: IAA, 1956. 109p.

KOTLER, P.; ROBERTO, E.L. **Marketing social: estratégias para alterar o comportamento público**. Tradução José R. de Azevedo. Rio de Janeiro: Campus, 1992. 392p.

LIMA, J.C.S. **A intervenção governamental no setor açucareiro: ênfase à problemática do subsídio de equalização**. 1992. 118f. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, 1992.

MACEDO, I.C. **O ciclo da cana-de-açúcar e reduções adicionais nas emissões de CO₂**. Março 2000. Centro de Tecnologia Canavieira.

_____. **A energia da cana-de-açúcar: doze estudos sobre a agroindústria da cana-de-açúcar no Brasil e a sua sustentabilidade.** São Paulo, 2005a.

_____. **Aspectos da sustentabilidade da produção de cana, açúcar e etanol no Brasil.** Berlendis. São Paulo, set. 2005b.

MACHADO, H. V. A identidade e o contexto organizacional. **Revista de Administração Contemporânea (RAC)**, Edição Especial, p.60-61. 2003.

_____. Identidade organizacional: um estudo de caso no contexto da cultura brasileira. **Revista de Administração de Empresas (RAE-eletrônica)**, v.4, n.1, jan./mar.2005.

MACHADO FILHO, C.A.P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações:** um estudo multicase. 2002. 204f. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo.

MAEL, F.; ASHFORTH, B.E. Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification. **Journal of Organizational Behavior**, n.13, p.103-123, 1992.

MAGALHÃES, J.M.; DAMACENA, C. RSC e a sua influência sobre a intenção de compra dos consumidores. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador. 1 CD-ROM.

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa em marketing:** uma orientação aplicada. Tradução Nivaldo Montingelli Junior. Porto Alegre: Bookman, 2001. 719p.

MANZINI-COUVRE, M.L. Compreensão da organização: identidade ou identificações. In: SIQUEIRA, E.S. (Org.) **Administração: evolução, desafios, tendências.** São Paulo: Cobra, 2001. 243p.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa e elaboração, análise e interpretação de dados. 3.ed. revisada e ampliada. São Paulo: Atlas, 1996. 392p.

MELO NETO, F.P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999. p.57-83.

_____. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. 189p.

MENDONÇA, J.R.C.; AMANTINO-DE-ANDRADE, J. Teoria institucional e gerenciamento de impressões: em busca da legitimidade organizacional através do gerenciamento da imagem corporativa. In: ENEO,2, 2002, Recife. **Anais...** Recife. 1 CD-ROM.

_____; GONÇALVES, J.C.S. Responsabilidade social nas empresas: uma questão de imagem ou de substância? In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador. 1 CD-ROM.

MINAYO, M.C.S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 23.ed. Petrópolis: Vozes, 2004. 80p.

MORAES, M.A.F.D. **A desregulamentação do setor sucroalcooleiro do Brasil.** São Paulo: Caminho Editorial, 2000. 238p.

MORAIS, M.R.B.; et al. Marketing social: os reflexos na relação entre empresas e consumidores. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador. 1 CD-ROM.

NARIKAWA, V. Morte nos canaviais. **Revista Safra**, n.76, a. 7, p.30-33. mar. 2006.

NKOMO, S.M.; COX JUNIOR, T. Diversidade e identidade nas organizações. In: CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISCHER, T. (orgs.). **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais.** Volume 1. São Paulo: Atlas, 1998, p.334-360.

OLIVEIRA, A.K.; GUIDASTRE, F.C.; RIPAMONTI, N.B. A água na agroindústria alcooleira. **Revista Eletrônica de Ciências.** n.28, set./nov.2004.

OLIVEIRA, D.F. Identidade e reputação no setor automotivo: relacionando as formas de imagem. In: ENANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 1 CD-ROM.

OLIVEIRA, S.L. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisa, TGI, monografias, dissertações e teses.** Revisão Maria Aparecida Bessana. 4. reimpr. da 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. 320p.

PAIXÃO, M. Relações de trabalho na agroindústria sucroalcooleira do Brasil: exclusão ou cidadania? In: FERRAZ, José Maria Gusman, PRADA, Laura de Santis, PAIXÃO, Marcelo.

Certificação socioambiental do setor sucroalcooleiro. São Paulo: Embrapa Meio Ambiente, 2000. 192p.

PANWAR, R.; et.al. Corporate responsibility: balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry. **Forest Products Journal**, v.56, nº.2, feb. 2006.

PASSADOR, C.S.; CANOPF, L.; PASSADOR, J.L. Apontamentos sobre a responsabilidade social no ENANPAD: a construção de um conceito? In: ENANPAD, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: 1 CD-ROM.

PRATT, M.G. The good, the bad and the ambivalent: managing identification among Amway distributors. **Administrative Science Quarterly**. p.456-498, 2000.

QUAZI, Ali M. Identifying the determinants of corporate managers' perceived social obligations. **Management Decision**. v.41, n.9, p.822-831, 2003.

RAMOS, P. **Agroindústria canavieira e propriedade fundiária no Brasil.** 1991. 331f. Tese (Doutorado) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 1991.

RAMOS, P. C. Responsabilidade Social: uma nova estratégia para a imagem institucional das empresas. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul, 2002. In: ROBBINS, Stephen P.; COULTER, Mary. **Administração.** Tradução Luiz Roberto Maia Gonçalves. 5.ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998, 489p.

ROBBINS, S.P.; COULTER, M. **Administração.** Tradução Luiz Roberto Maia Gonçalves. 5.ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998. 489p.

ROMANACH, L. M.; CARON, D. Impactos da mecanização da colheita de cana sobre o emprego, a gestão empresarial e o meio ambiente: um estudo de caso. In: SOBER, 27, 1999, Foz do Iguaçu. Disponível em:
<<http://gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sober/trab121.pdf>>. Acesso em: 21 fev.2006.

RUI, J. D. A responsabilidade social no setor sucroalcooleiro. **JornalCana**, Ribeirão Preto, dez.2004. Disponível em:
<www.jornalcana.com.br>. Acesso em: 22 fev. 2006.

SALLUM, E.A.A. Emprego e renda? In: MACEDO, I.C. **A energia da cana-de-açúcar: doze estudos sobre a agroindústria da cana-de-açúcar no Brasil e sua sustentabilidade.** São Paulo, 2005a. 237p.

SÃO PAULO (Estado). Resolução SMA nº 42, de 29 de dezembro de 1994. Disponível em: <http://www.cetesb.sp.gov.br/licenciamentoo/legislacao/estadual/resolucoes/1994_Res_SMA_42.pdf>. Acesso em: 23 fev.2007.

_____. Lei nº. 11.241, de 19 de setembro de 2002. Disponível em: http://sigam.ambiente.sp.gov.br/sigam2/repositorio/24/documentos/lei_11241.pdf. Acesso em: 23 fev.2007.

_____. Áreas de proteção ambiental do Estado de São Paulo. Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/apas/apa.htm>. Acesso em: 14 fev.2007.

_____. Aquífero Guarani. Disponível em: http://www.ambiente.sp.gov.br/aquifero/principal_aquifero.htm. Acesso em: 14 fev.2007.

_____. Decreto Estadual nº 32.955, de 7 de fevereiro de 1991. Disponível em: <http://www.ambiente.sp.gov.br/aquifero/dec91_32955.doc>. Acesso em: 14 fev.2007.

SELLTIZ, C. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. Tradução Dante Moreira Leite. 1. reimpr. São Paulo: Herder, 1988. 687p.

SENGE, P.M.; CARSTEDT, G. Rumo à próxima revolução industrial. **HSM Management**, a.5, n.27, jul./ago. 2001.

SERPA, D.A.F.; AVILA, M.G. Efeitos da Responsabilidade social corporativa na percepção do consumidor sobre preço e valor: um estudo experimental. In: ENANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador. 1 CD-ROM.

SHARMA A. K.; TALWAR, B. Corporate social responsibility: modern vis-à-vis Vedic approach. **Measuring Business Excellence**, v.9, nº.1, 2005.

SKIHIDA, P.F.A. **A evolução diferenciada da agroindústria canavieira no Brasil de 1975 a 1995**. 1997. 191f. Tese (Doutorado em Economia). Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, São Paulo.

SOARES, A.R. **Um século de economia açucareira: evolução da moderna agroindústria do açúcar em São Paulo, de 1877 a 1970**. São Paulo: Clíper, 2000. 160p.

SOUZA, M.M.P. et.al. De camelô a empreendedor? O impacto da mudança espacial na identidade dos ambulantes. In: ENANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro. 1 CD-ROM.

STONER, J.A.F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. Tradução Alves Calado. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999. 533p.

SUZIGAN, W. **Indústria brasileira: origem e desenvolvimento**. São Paulo: Brasiliense, 1986. 403p.

TAVARES, M.C. **A força da marca: como construir e manter marcas fortes**. São Paulo: Harbra, 1998. 220p.

TETTI, L.M.R. Protocolo de Kyoto: Oportunidades para o Brasil com base em seu setor sucroalcooleiro: um pouco da história da questão “mudanças climáticas e efeito estufa”. In: MORAES, M.A.F.D.; SHIKIDA, P.F.A. (Coords.). **Agroindústria canavieira no Brasil: evolução, desenvolvimento e desafios**. São Paulo: Atlas, 2002. 367p.

THIOLLENT, M.J.M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. 5.ed. São Paulo: Polis, 1987. 270p.

TORRES, C. Responsabilidade social das empresas. In: *Ética e responsabilidade social*. 2002. Disponível em:
<http://www.balancosocial.org.br/media/ART_2002_RSE_Vertical.pdf>.

TREGEAR, C. Assessing the value of philanthropy at GlaxoSmithKline. **Corporate Responsibility Management**, v.1, n.6, jun./jul.2005. p.30-33.

TSUNECHIRO, A.; et al. Valor da produção agropecuária do estado de São Paulo em 2006: estimativa preliminar. **Revista Informações Econômicas**, v.36, n.11, nov.2006.

UNIÃO DA INDÚSTRIA DE CANA-DE-AÇÚCAR. **Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Unica, 2004.

VIALLI, A. **Usinas enfrentam o desafio socioambiental**. Disponível em:
<<http://www.estado.com.br/editorias/2007/03/14/eco-1.93.4.20070314.25.1.xml>>. Acesso em: 14 mar. 2007. 11h03’.

WELZEL, E.; BORBA, D.C. A efetividade dos projetos sociais à luz do marketing social. In: ENANPAD, 28, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba. 1 CD-ROM.

WHETTEN, D.A.; GODFREY, P.C. **Identity in organizations:** building theory through conversations. Londres: Sage Publication, 1998. 307p.

Sites visitados

<http://www.ambiente.sp.gov.br/>

<http://www.ambiente.sp.gov.br/cana/protocolo.pdf>.

www.ethos.org.br

www.ipea.gov.br/asocial

<http://www.mma.gov.br/conama/>

www.secex.gov.br

www.unica.com.br

APÊNDICE A – Área de atuação *versus* número de ações sociais

Usina	Nº total de ações sociais	Área de atuação/Número de ações desenvolvidas				
		Educação	Meio Ambiente	Cultura	Esporte	Saúde
1	21	8	3	2	2	6
2	5	3	0	1	1	1
3	6	3	1	0	1	1
4	11	1	2	1	0	3
5	4	2	1	0	0	1
6	19	8	2	2	4	3
7	3	2	1	0	0	0
8	11	4	4	2	0	1
9	10	3	4	2	0	1
10	10	4	5	0	0	1
11	6	2	2	1	0	1
12	6	3	1	1	0	1
13	7	2	2	0	0	3
14	9	4	1	1	2	1
15	4	3	1	0	0	0
16	4	3	0	0	0	1
17	4	3	1	0	0	0
18	3	1	1	0	1	0
19	3	3	0	0	0	0
20	14	2	4	2	2	4
21	9	3	1	1	4	0
22	6	2	3	4	0	2
23	6	4	1	0	1	0
24	2	1	1	2	4	3
25	8	2	5	0	0	1
26	3	1	1	0	1	0
27	3	1	0	0	0	2
28	4	1	1	0	2	0

29	9	3	3	1	1	1
30	9	5	3	0	0	1
31	11	4	3	1	1	2
32	7	2	1	0	0	4
33	14	4	3	2	2	3
34	5	3	1	0	0	1
35	3	1	1	1	0	0
36	6	3	1	0	0	2
37	2	1	0	1	0	0
38	4	3	0	0	1	0
39	4	3	1	0	0	0
40	11	4	5	0	0	2
41	4	4	0	0	0	0
42	4	1	1	0	1	0
43	3	1	1	0	0	1
44	20	6	7	3	1	2
45	5	2	1	1	1	1
46	13	5	1	2	2	3
47	3	1	0	0	1	1
48	3	1	2	0	0	0
49	4	1	1	0	0	1
50	5	0	1	1	1	2
51	1	0	0	0	0	1
52	3	0	2	0	0	1
53	1	0	0	0	0	1
54	2	0	2	0	0	0
55	1	0	1	0	0	0
Total	347	137	90	35	37	48

Fonte: União da Indústria de Cana-de-açúcar (2004)

Elaborado pela autora

APÊNDICE B – Roteiro da entrevista

Apresentação

- 1- Apresentação da pesquisadora;
- 2- Apresentação da pesquisa/estudo;
- 3- Distribuição do roteiro/formulário às pessoas;
- 4- Contextualizar as usinas enquanto unidade de produção e geradora de externalidades negativas, mas preocupadas com esses impactos e responsáveis por ações compensatórias.

Descrição da pesquisa

Meu nome é Ivelise Raser Bragato. Sou formada em Administração de Empresas pela Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP) e estou fazendo o Mestrado pela mesma instituição. Trabalho na ESALQ/USP como pesquisadora no projeto de açúcar e álcool.

Há 3 anos, estou estudando o tema **Responsabilidade Social Corporativa**. O objetivo da minha pesquisa é caracterizar a percepção do público externo diretamente beneficiado pelas ações sociais das empresas frente aos impactos positivos e negativos da atividade canavieira.

Assim, gostaria de convidá-lo(a) a participar dessa pesquisa a fim de contribuir para o êxito desse trabalho. Os dados serão coletados através de entrevistas com cidadãos-moradores de comunidades beneficiadas. As respostas poderão ser gravadas, se permitido, para captar fidedignamente as informações dos participantes. Sua participação nas respostas levará de 10 a 30 minutos.

As perguntas focam 2 aspectos:

- 1- características sociodemográficos tais como gênero, idade, nível de educação, ocupação e período em que a pessoa participa do projeto;
- 2- percepção dos participantes sobre a identidade da organização; a projeção da imagem das usinas junto aos participantes; e os impactos dos projetos sociais na percepção da comunidade beneficiada.

Não existem riscos associados em responder as perguntas desse estudo porque as respostas serão analisadas separadamente, mas os resultados seriam divulgados de forma conjunta. Ou seja, não serão citados nomes de entrevistados, mas consideradas as seguintes categorias: estudantes e pais de alunos.

Agradeço seu interesse e participação. Para perguntas ou sugestões sobre o estudo, envie um e-mail para irbragat@esalq.usp.br ou ligue para o telefone (19) 3429.8820.

Ivelise Rasera Bragato

Pesquisadora - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA/ESALQ/USP)

Glossário

* **Projeto social:** são empreendimentos voltados para a busca de soluções de problemas sociais que afligem populações ou grupos sociais numerosos ou em situações de alto risco.

Impactos negativos

Qualidade do ar prejudicada;
Doenças respiratórias;
Degradação do solo e dos rios;
Queimadas;
Variação do salário na safra e entressafra;
Postos de trabalhos sazonais.

Ações compensatórias

Melhoria das condições de lazer da população;
Assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica;
Construção e manutenção de parques recreativos;
Manutenção de creches;
Apoio ao esporte e a eventos esportivos;
Manutenção de escolas e bolsas de estudo;
Plantio de árvores e viveiro de mudas;
Promoção e apoio de eventos culturais.

ROTEIRO

PARTE I - PERCEPÇÃO SOBRE AS EXTERNALIDADES

1 - Qual é a palavra que melhor representa a sua percepção sobre essa usina? (Assinale apenas uma resposta).

- | | | |
|--|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ação social | <input type="checkbox"/> Açúcar e álcool | <input type="checkbox"/> Família |
| <input type="checkbox"/> Mãe | <input type="checkbox"/> Poder | <input type="checkbox"/> Queimadas |
| <input type="checkbox"/> Meio ambiente | <input type="checkbox"/> Desenvolvimento local | <input type="checkbox"/> Emprego |

2- Quando você pensa nessa usina, qual(is) dos impactos abaixo melhor representa a imagem que você tem dela? (Indique até duas respostas).

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Qualidade do ar prejudicada. | <input type="checkbox"/> Uso intensivo do solo. |
| <input type="checkbox"/> Doenças respiratórias. | <input type="checkbox"/> Queimadas. |
| <input type="checkbox"/> Variação do salário na safra e entressafra. | <input type="checkbox"/> Postos de trabalhos sazonais. |

3 - Em sua opinião, qual(is) impactos as pessoas da comunidade mais observam em relação a essa usina? (Indique até duas respostas).

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Qualidade do ar prejudicada. | <input type="checkbox"/> Uso intensivo do solo. |
| <input type="checkbox"/> Doenças respiratórias. | <input type="checkbox"/> Queimadas. |
| <input type="checkbox"/> Postos de trabalhos sazonais. | <input type="checkbox"/> Variação do salário na safra e entressafra. |

4 - O que você pensa em relação aos impactos negativos produzidos pelas usinas?

- Considero normal porque é um processo produtivo e como qualquer outro processo gera impactos negativos no ambiente (ar, água, solo, etc).
- Existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários.
- Sou totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente.
- Sou favorável, pois os impactos gerados não são tão degradantes como comentam.

5- De qual(is) projeto(s) social(is) que a usina oferece você participa?

6 - Há quanto tempo participa do(s) projeto(s) social(is)?

- menos de 1 ano de 1 a 2 anos mais de 2 anos

7- Em sua opinião, por que essa usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade?

- Cumprir a legislação
 Ser vista como uma empresa responsável
 Contribuir para o bem-estar da sociedade
 Aumentar o lucro da empresa
 Reduzir os impactos negativos
 Promover sua própria imagem
 Outra resposta: _____

8- Em sua opinião, quem é o maior beneficiado dos projetos sociais desenvolvidos pela usina? (Assinale apenas uma resposta).

- A própria usina
 Os clientes da usina
 Os fornecedores
 A comunidade em geral
 Os donos

9- Qual é a palavra que melhor representa a sua relação com o projeto social que participa? (Mais de uma opção pode ser assinalada).

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Bem-estar pessoal | <input type="checkbox"/> Responsabilidade | <input type="checkbox"/> Satisfação |
| <input type="checkbox"/> Valorização da pessoa | <input type="checkbox"/> Acolhida | <input type="checkbox"/> Transparência |
| <input type="checkbox"/> Afiliação | <input type="checkbox"/> Integração | <input type="checkbox"/> Esperança |
| <input type="checkbox"/> Confiança | <input type="checkbox"/> Família | <input type="checkbox"/> Alegria |

10- Quais resultados positivos os projetos sociais dessa usina geram para a comunidade?

- Melhoria das condições de lazer da população
- Proporciona assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica
- Construção e manutenção de parques recreativos
- Manutenção de creches
- Apoio ao esporte e a eventos esportivos
- Manutenção de escolas e bolsas de estudo
- Plantio de árvores e viveiro de mudas
- Promoção e apoio de eventos culturais

11- Em sua opinião, o oferecimento de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera?

- Sim Não

PARTE II – DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1- **Sexo:** Feminino Masculino

2- **Idade:** 15-20 anos 21-30 anos 31-40 anos Mais de 40 anos

3- **Grau de escolaridade**

- Ensino Básico (1ª série a 8ª série) Ensino Médio (1º a 3º colegial)
 Curso técnico Ensino superior

4- **Ocupação**

- Estudante Dona-de-casa Trabalhador rural Professor(a)
 Outra. Qual? _____