



Mercado socialmente responsável: do desafio à realidade

Em quatro dias, a Conferência Internacional Ethos 2008 reuniu cerca de 2.500 pessoas no Palácio de Convenções do Anhembi, em São Paulo, entre participantes e palestrantes, jornalistas, convidados e visitantes da Mostra de Tecnologias Sustentáveis e da exposição Ethos 10 Anos. Ao final das quatro mesas-redondas, oito painéis, seis oficinas e várias atividades paralelas, ficou a certeza de que o tema deste ano – “Mercado Socialmente Responsável: uma Nova Ética para o Desenvolvimento” – encontrou respaldo entre todos os que circularam pelas salas e saguões do Anhembi. “As pessoas não estão mais se questionando se uma empresa deve ser sustentável ou não. Elas estão cobrando quais são as tarefas que cabe à empresa realizar”, afirma Ricardo Young, presidente do Instituto Ethos. “A Conferência revelou que o mercado quer caminhar para ações que possam viabilizar em larga escala o desafio da responsabilidade social.”

Para o vice-presidente executivo do Instituto Ethos, Paulo Itacarambi, isso reflete a própria evolução do Ethos e do movimento de responsabilidade social no Brasil. Durante os primeiros anos do instituto, o objetivo era sensibilizar e mobilizar as empresas para a responsabilidade social. Depois veio a fase de ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma

responsável, colocando à disposição das ferramentas de avaliação e de gestão, como os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. O momento, agora, é de fazer com que as práticas da empresa extrapolem os próprios muros. “O foco do nosso trabalho hoje é tornar as empresas parceiras na construção de uma sociedade sustentável”, diz Itacarambi.



Ricardo Young: ainda há muito a fazer
(crédito: Claudia Perroni)

Uma das novidades da Conferência Internacional, neste décimo ano, é que ela não acabou ao final dos quatro dias de atividades. As seis oficinas realizadas tinham a missão de reunir propostas para que as empresas possam participar ativamente da construção de um mercado – e de uma sociedade – socialmente responsável. As propostas ficarão disponíveis para consulta pública no portal do Instituto Ethos. Qualquer pessoa poderá, por meio do *site*, fazer também uma proposta. Além disso, haverá encontros com representantes de empresas associadas em vários Estados do Brasil para colher novas sugestões. No final do ano, o Instituto Ethos entregará a autoridades brasileiras, nas várias instâncias de governo, um documento com a consolidação dessas propostas, que poderão servir de base para políticas públicas. Veja a seguir algumas das propostas elaboradas durante a conferência, divididas em três esferas: auto-regulação e práticas de mercado; regulamentação; e ações governamentais.



Auto-regulação e práticas de mercado

- Vincular o financiamento de campanhas políticas ao estabelecimento de metas e indicadores para a gestão pública;
- Criar canais de recebimento de denúncias anônimas de corrupção (suborno, fraude etc.);
- Produzir e divulgar estudos setoriais dos impactos socioambientais, com identificação das variáveis críticas por setor e região e monitoramento junto às empresas e à sociedade;
- Estabelecer uma agenda comum entre grandes empresas do mesmo setor e região para o tratamento da variável crítica socioambiental mais representativa nas suas cadeias produtivas;
- Criar acordos entre as empresas e organizações de economia solidária no processo de comercialização, para promover a sustentabilidade das comunidades locais;
- Estabelecer critérios para que os consumidores identifiquem índices socioambientais de empresas e produtos, informando-se por meio de rótulos e embalagens;
- Criar e promover processos reversos como oportunidades de negócio;
- Definir parâmetros de boas condições de trabalho nas terceirizações, tornando os contratantes co-responsáveis.

Regulamentação

- Regular o financiamento público, prevendo a análise dos impactos socioambientais na cadeia produtiva da empresa tomadora e determinando contrapartida em programas de qualificação e formação de fornecedores;

- Estabelecer a obrigatoriedade de divulgação de metas e indicadores para a gestão pública (saúde, educação, transporte etc.);
- Criar políticas de incentivo ao reaproveitamento de produtos obsoletos (computadores, celulares etc.);
- Regular a participação dos empreendimentos solidários nas compras públicas;
- Criar uma lei para responsabilizar pessoas jurídicas por corrupção, a exemplo do que acontece em relação aos crimes ambientais;
- Regular a manifestação privada sobre o poder público (*lobby*);
- Criar um código de responsabilidade socioambiental que permita o controle social por meio de denúncia e punição por órgão público.

Ações governamentais

- Determinar às empresas estatais que produzam relatórios de sustentabilidade conforme o modelo da Global Reporting Initiative (GRI);
- Criar políticas para o sistema financeiro e mecanismos tributários que estimulem o desenvolvimento de produtos e serviços sustentáveis;
- Articular parcerias com o setor privado para desenvolver e implantar normas e certificações para produtos e serviços sustentáveis;
- Implantar o Zoneamento Ecológico-Econômico (ZEE) nos Estados da Região Amazônica;
- Criar linhas de crédito adequadas aos empreendimentos solidários.

Inovada, Conferência Internacional Ethos 2008 celebra os dez anos do movimento de RSE

Discutir e disseminar os conceitos de responsabilidade social e de sustentabilidade, sensibilizar as empresas, mobilizá-las e disponibilizar ferramentas e metodologias para ajudá-las a implementar as práticas socialmente responsáveis foram os caminhos percorridos pelo Instituto Ethos ao longo de seus dez anos de existência.

A partir de agora, daremos foco na construção de mecanismos de mercado, como leis e programas governamentais, imprescindíveis para a mudança na atuação das empresas. Esse novo desafio foi delineado pelo tema da Conferência Internacional 2008 – “Mercado Socialmente Responsável: uma Nova Ética para o Desenvolvimento” – e pelas propostas nesse sentido construídas em conjunto com nossos parceiros antes e durante o evento. Tais propostas ficarão disponíveis para consulta pública no portal do Instituto Ethos (www.ethos.org.br). Aliás, qualquer pessoa poderá, por meio do site, encaminhar também sua proposta. Além disso, o Instituto Ethos promoverá encontros com representantes de empresas associadas em vários Estados do Brasil para colher novas sugestões e, no final do ano, entregará à sociedade brasileira um documento com a consolidação dessas propostas, que poderão servir de base para o desenvolvimento de políticas públicas.

O papel das empresas daqui para a frente é trabalhar sua cadeia de valor, e não apenas seus produtos e serviços. Esperamos reforçar nossa parceria com as empresas na busca por um desenvolvimento socialmente incluyente, em que os ganhos econômicos sejam para todos, e em que a natureza seja preservada para as gerações futuras e tratada como riqueza, e não somente como fonte de recursos.

Os debates da Conferência deste ano, tanto nas mesas-redondas, com temas mais conceituais como ética ou coesão social, quanto nos painéis, que traziam a discussão a um plano concreto, como os rumos do agronegócio ou do setor energético, tinham como pano de fundo a pergunta: quais são os mecanismos de mercado necessários para que as empresas avancem no seu comportamento socialmente responsável?

Muitas respostas surgiram nas seis oficinas de gestão produzidas para a Conferência. Nelas os participantes tinham a missão de elaborar propostas para as empresas dentro dos temas sugeridos. O que elas podem fazer, por exemplo, para combater a pobreza por meio do desenvolvimento de economias locais baseado em critérios de comércio justo? Quais as práticas efetivas para combater a corrupção em seu próprio negócio? Como elas podem colaborar para transformar as cidades num lugar melhor para viver?

As dezenas de propostas apresentadas sintetizam e simbolizam a Conferência Internacional 2008, que marcou uma década de fundação do Instituto Ethos. O ineditismo desta edição ficou por conta da apresentação de novas tecnologias em favor da sustentabilidade, bem como da demanda às empresas para que repensem seu negócio a partir do exercício criativo de suas equipes.

Durante os quatro dias, de 27 a 30 de maio, o evento contabilizou 55 palestrantes, 1.606 inscritos, 247 jornalistas e mais de 4.800 visitantes à Mostra de Tecnologias Sustentáveis e à exposição Ethos 10 Anos no Parque Anhembi (SP). Esta publicação contém a cobertura exclusiva da Conferência, hospedada no *hot site* www.ethos.org.br/ci2008.

Publicação especial do Instituto Ethos sobre a Conferência Internacional 2008 - Empresas e Responsabilidade Social, distribuída gratuitamente aos seus associados.

Instituto Ethos - Comunicação
Andrea de Lima, Benjamin Gonçalves, Betina Sarue, Hânia Ribeiro e Malu Malozzi

Revista Digital Envolverde
Adalberto Wodianer Marcondes, Ana Lúcia Berndt, Ana Maria Vasconcellos, Andressa Besseler, Bianca Cristina de Almeida Pyl, Celso Dobes Bacarji, Denise Ribeiro, Fábio Salama, Fátima Cardoso, Glória Vasconcelos da Silva, Katerina Volcov, Luciana Calvo Dorta, Luciana Machado Lopes, Luciano Martins Costa, Marina Teles, Naná Prado, Nanci Vieira, Rachel Añón e Rachel Fornis

Fotografia
Ana Luíza Santana Varela, Claudia Perroni, Luciana Machado e Nelson Aguilair

Impressão
Gráfica Marotti

Projeto e Prudução Gráfica
Danielle Gurgel e Juliana Spinola

Tiragem: 3.000 exemplares
São Paulo, julho de 2008

Todos os direitos reservados. Permitida a reprodução desta publicação, desde que citada a fonte e com autorização prévia, por escrito, do Instituto Ethos.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
Rua Dr. Fernandes Coelho, 85, 10º andar
05423-040 – Pinheiros – São Paulo, SP
Tel.: (11) 3897-2400 - Fax (11) 3897-2424

Esclarecimentos importantes sobre as atividades do Instituto Ethos:

1. O trabalho de orientação às empresas é voluntário, sem nenhuma cobrança ou remuneração.
2. Não fazemos consultoria nem credenciamos profissionais a oferecer serviços em nosso nome.
3. Não somos entidade certificadora de responsabilidade social nem fornecemos “selo” com essa função.
4. Não permitimos que nenhuma empresa (associada ou não) ou qualquer outra entidade utilize a logomarca do Instituto Ethos sem o nosso consentimento prévio e expressa autorização por escrito.

Em caso de dúvida ou de consulta, contacte-nos pelo *link* “Fale conosco”, do site www.ethos.org.br.

Do diagnóstico à ação, do negócio aos mercados

Por Luciano Martins Costa

A Conferência Internacional Empresas e Responsabilidade Social 2008, que marca o décimo aniversário do Instituto Ethos, registra também uma mudança na estratégia do movimento pela responsabilidade social corporativa: passar do diagnóstico à ação, das avaliações à parceria, dos movimentos localizados para os cenários maiores.

Desde o debate entre jornalistas sobre a contribuição da mídia para o desenvolvimento sustentável da sociedade, que abriu a conferência, o evento deste ano se caracterizou pelas propostas de intervenção efetiva. O conjunto das intervenções, dos questionamentos e dos debates apresentou como ponto comum a percepção de que os obstáculos para a consolidação dos valores da sustentabilidade são bem conhecidos.

O encontro de profissionais de comunicação, elaborado como uma seqüência de iniciativas no sentido de aprofundar a reflexão sobre o estado da cultura da sustentabilidade na pauta jornalística e na gestão das empresas de comunicação, trouxe visões diversas e eventualmente fragmentadas do tema proposto, mas apontou para a necessidade de olhar para o futuro. Em vez de discutir os modelos da imprensa tradicional e sua resistência – ou dificuldade – para assumir a pauta da sustentabilidade, avançou-se no tema do necessário protagonismo dos profissionais de comunicação e do potencial dos novos meios de contribuir para ampliar, sedimentar e avaliar ao debate público sobre os desafios da humanidade no século XXI.

O debate sobre energia aprofundou o confronto entre os interesses específicos das empresas entre si e com relação aos defensores de alternativas às matrizes de geração e distribuição que atraem grandes capitais. Por outro lado, a explicitação das divergências permitiu ressaltar a necessidade de um olhar adiante, que contemple a preservação ambiental, a justiça social e a criação de modelos que beneficiem mais do que os próprios negócios. Os participantes do debate sobre “a ética da sustentabilidade” conseguiram vazar dos limites que comumente instalam o tema em nichos meramente reflexivos e ampliaram a questão para a urgência de instalar padrões éticos na estrutura das regulamentações, dos contratos e dos processos de empresas e organizações públicas.

O tema educação extrapolou dos costumeiros diagnósticos sobre carências e metodologias para a necessidade



de transformar toda a sociedade em agente para a formação de indivíduos em protagonistas da sustentabilidade. A questão da liderança global para a sustentabilidade, ilustrada pelo caso real da empresa InterfaceFlor, ofereceu aos participantes a constatação de que o desafio da gestão sustentável não exige planos mirabolantes ou líderes sobre-humanos, e que se trata essencialmente de aplicar o melhor conhecimento sobre uma estratégia de longo prazo com práticas e linguagem capazes de agregar e motivar todos os envolvidos nos processos do negócio.

O debate sobre finanças sustentáveis surpreendeu desde a disposição de representantes do setor financeiro privado e do principal banco nacional de fomento para se colocarem num palco onde se sabia que seriam o alvo central dos questionamentos. Temperadas pela presença de um representante dos fundos que consolidam o mercado de ações cujo valor central é a sustentabilidade, suas manifestações plantaram a convicção de que algo de novo floresce na boca do caixa.

Um dos pontos altos da conferência, a mesa-redonda sobre coesão social cumpriu a essencial tarefa de demonstrar a possibilidade de tangibilizar os mais profundos conceitos sobre o sentido da sustentabilidade. A presença do indiano Amit Goswami, um dos mais respeitados teóricos da física quântica, demonstrou que a economia real é mais abrangente do que a forma como a representam os modelos de negócio convencionais, e que é possível criar novos significados para o mercado.

Desse amplo diálogo entre especialistas, protagonistas, militantes e investidores resulta um desafio novo para o movimento pela sustentabilidade: ampliar ação das unidades de negócio para os mercados e sair dos diagnósticos para a ação efetivamente transformadora.

Ethos volta no tempo para festejar seus 10 anos

Resgatar a memória do movimento de responsabilidade social empresarial no Brasil, esse é um dos propósitos da exposição multimídia e interativa “Ethos 10 Anos”, realizada em parceria com o Museu da Pessoa. A mostra acontece simultaneamente à Conferência Internacional Ethos 2008.

A exposição foi dividida em anos e narra, por meio de painéis explicativos, os fatos e processos que antecederam a criação do Instituto Ethos, em 1998, e vêm se desenvolvendo até 2008. Há também o espaço “Futuro”, em que o visitante deixa mensagens sobre suas expectativas até 2018.

“Há dez anos não tínhamos noção do que era o movimento de responsabilidade social empresarial. Havia muita ansiedade de contribuir para criar uma nova identidade corporativa sustentável. Por conta de uma sucessão de fatos, tivemos abertura para criar a entidade. Nosso grande desafio, porém, está nos próximos dez anos: como construir um novo padrão civilizatório sustentável”, afirma Ricardo Young, presidente do Instituto Ethos.

“Completar 10 anos nos permite avaliar o que deu certo e o que deu errado em nossas ações. Ao olhar para a frente, percebemos que há muito o que fazer, porque o movimento de responsabilidade social é muito maior do que o Ethos. E ainda não existe uma cultura de sustentabilidade na vida das pessoas”, diz Paulo Itacarambi, vice-presidente executivo do Instituto Ethos.

A exposição conta também com a exibição de fotos, ilustrações e gráficos que representam as iniciativas e os desafios enfrentados pelo movimento de RSE nos últimos dez anos.

Retrospectiva

Confira as principais contribuições do Instituto Ethos para a RSE:

1998 – O instituto lança o manual *Responsabilidade Social Empresarial – Primeiros Passos*, que inicia uma série de publicações destinadas a conscientizar executivos e empresários.

1999 - O Instituto realiza a primeira Conferência Nacional de Empresas e Responsabilidade Social.

2000 – É criado o Banco de Práticas, com experiências de empresas que se destacaram nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.

2001 – O Instituto Ethos é reconhecido como organização da sociedade civil de interesse público (Oscip). É criado o Instituto Akatu, organização não-governamental destinada a educar e mobilizar a sociedade para o consumo consciente.

2002 – É realizado o estudo “Matriz de Evidências”, destinado a relacionar aspectos fundamentais da sustentabilidade a fatores de sucesso por negócios.

2003 – É lançada a “Carta de Princípios”, com o desafio de aperfeiçoar suas práticas de gestão numa visão sustentável.

2004 – É criado o UniEthos – Educação para a Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável. Inicia-se o Projeto Tear – Tecendo Redes Sustentáveis

2005 – O Instituto Ethos publica *O Compromisso das Empresas com as Metas do Milênio*, reunindo um conjunto de iniciativas empresariais desenvolvidas no Brasil para enfrentar os desafios globais indicados pela ONU

2006 – É lançado o Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção.

2007 – É criado o Movimento Nossa São Paulo.

2008 – O Movimento Nossa São Paulo consegue a aprovação de lei na Câmara Municipal de São Paulo que obriga os próximos prefeitos da cidade a prestar contas de suas ações.

Instituto Ethos inova ao expor tecnologias para a sustentabilidade



Durante o período da Conferência Internacional Ethos 2008, o Instituto Ethos promoveu a primeira edição da Mostra de Tecnologias Sustentáveis. A exposição reuniu informações e conhecimentos sobre tecnologias sustentáveis, visando tanto a ampliação de seu uso pelos indivíduos e empresas, como o estímulo para que organizações públicas e privadas intensifiquem seu desenvolvimento, produção e aplicação.

Tecnologia sustentável compreende metodologias, técnicas, sistemas, equipamentos ou processos economicamente viáveis, passíveis de serem produzidos e aplicados de forma a minimizar os impactos negativos e a promover impactos positivos no meio ambiente, na qualidade de vida das pessoas e na sustentabilidade da sociedade.

Desenvolvidas por ONGs, centros de tecnologia, institutos de pesquisa, universidades, empreendedores sociais e empresas, as tecnologias expostas relacionavam-se a variáveis críticas da produção e consumo aplicadas na gestão sustentável dos agronegócios, das cidades, da construção civil e no desenvolvimento sustentável da Amazônia. Foram priorizadas as questões de energia, emissões de gases de efeito estufa, resíduos, água, biodiversidade, equidade, diversidade, integridade, combate à corrupção e trabalho decente.

Processo de seleção

No período de 10 de março a 13 de abril, diversas organizações e pessoas físicas inscreveram suas iniciativas para concorrer a um processo de seleção, composto por etapas e critérios de avaliação descritos em regulamento publicado no site www.ethos.org.br/MostradeTecnologiasSustentaveis. Ao todo foram 153 tecnologias inscritas e 56 tecnologias selecionadas.

O processo de seleção das tecnologias finalistas foi conduzido por um Comitê Curador composto pelos seguintes profissionais e acadêmicos: Carlos Miller (Instituto de Permacultura da Amazônia – IPA); Carlos Sartor (Financiadora de Estudos e Projetos - Finep); Clayton Campanhola (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial - ABDI); Fernanda Abbud (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável - CEBDS); Giovanni Barontini (Carbon Disclosure Project - CDP); Hélio Mattar (Instituto Akatu pelo Consumo Consciente); João Gilberto Azevedo (Instituto Ethos); José Henrique Gabetta (Renove); Larissa Barros (Rede de Tecnologia Social - RTS); Luiz Bouabci (Ashoka); Marcus Fuchs (Avina); Orestes Gonçalves (Escola Politécnica da Universidade de São Paulo); Paulo Itacarambi (Instituto Ethos); Pedro Arcuri (Embrapa Gado de Leite); Vanderley John (Conselho Brasileiro de Construção Sustentável - CBCS); e Wilson Passeto (ONG Água e Cidade).

Próximos passos

O Instituto Ethos dará continuidade à Mostra de Tecnologias Sustentáveis simultaneamente à Conferência Internacional Ethos 2009.

Na ocasião, também foram expostos no Anhembi (SP) os cinco projetos finalistas do Prêmio Inovação em Sustentabilidade, uma parceria entre a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (Usaid) e o Instituto Ethos, que deverá igualmente se repetir no ano que vem.

Caso você ou sua organização tenha desenvolvido tecnologias que visem a sustentabilidade da sociedade e do planeta, fique atento ao processo de inscrições nos sites www.ethos.org.br/MostradeTecnologiasSustentaveis e <http://www.ethos.org.br/PremioInovacaoemSustentabilidade>.



"O Instituto Ethos só aceita patrocínio das empresas associadas. Empresas públicas e míops são aceitas como empresas associadas e patrocinadoras porque atuam no mercado nas mesmas condições que as empresas privadas.
A logomarca do Governo Federal acompanha a logomarca das empresas públicas e míops patrocinadoras em função da exigência da Instrução Normativa 21, de 10 de setembro de 2003 da Secretaria de Comunicação de Social (SECOS), que exige que empresas não obrigadas a obedecer".

Um mercado socialmente responsável: o desafio dos próximos dez anos

Com o olhar voltado para o futuro e ciente do imenso desafio que tem pela frente, o Instituto Ethos celebrou na noite de 27 de maio a abertura da Conferência Internacional 2008, lembrando seus dez anos de caminhada. Uma platéia atenta compareceu ao Palácio das Convenções do Anhembi, em São Paulo, disposta a contribuir para a construção de um mercado socialmente responsável, tema que vai permear todas as oficinas, painéis e debates. O evento reúne representantes de variados setores da economia e da sociedade civil empenhados em dialogar, trocar experiências e sugerir atalhos que implementem a gestão socialmente responsável nas empresas.

O ponto alto da noite foi a apresentação do ator Paulo Goulart, interpretando um texto baseado na *Carta da Terra*. Sua fala era ilustrada por um vídeo com cenas da vida no planeta e de momentos marcantes da história relacionados aos direitos humanos. A atuação de Goulart emocionou a platéia, especialmente quando declamou o poema *Mundo Grande*, de Carlos Drummond de Andrade. Um quarteto de cordas, tocando ao lado dele no palco, contribuiu para o clima emocional que distinguiu a abertura da Conferência Internacional 2008 das edições anteriores.

Ao fazer um rápido balanço dos 10 anos de trajetória do Instituto Ethos, seu presidente, Ricardo Young, disse que "o movimento está em movimento", reforçando o empenho da entidade em olhar para a frente, para os próximos 10 anos. Ele reconhece que as empresas "andaram bastante", mas que ainda há muito a fazer para conseguir "mudanças sistêmicas, com colaboração entre setores e compreensão das responsabilidades de cada um".

Segundo Ricardo Young, o objetivo dessa conferência voltada para mercado sustentável é descobrir como desenvolver uma cultura na qual os mecanismos de mercado trabalhem a favor do desenvolvimento sustentável, da diversidade, da inclusão social, da economia justa. A capacidade de avançar nesses temas dará, segundo Young, "a moldura do desafio dos próximos 10 anos" e que, sem dúvida, passa pelo empreendedorismo e pela inovação tecnológica.

Ele lembrou que há 10 anos não existia quase nenhuma ferramenta para gestão de RSE e, a partir de 2000, as empresas começaram a incorporar, ainda que timidamente, alguns indicadores em suas estratégias. "Fizemos muito. Houve uma conjunção de fatores que ajudaram o Ethos a abrir caminhos, mas ainda falta muito", ressalta. Young recorda que empresas são conjuntos de pessoas interagindo com conjuntos de valores e convoca

a sociedade para definir metas e decidir entre "o que devemos fazer e o que não pode mais esperar".

Guardiões da ética

Não se pode falar da trajetória do Instituto Ethos sem evocar a figura de Oded Grajew, presidente do Conselho Deliberativo da entidade. Foi ele quem mobilizou alguns empresários em torno da idéia de fundação do Ethos. "Há 10 anos, um grupo de amigos resolveu dar um passo a mais na luta por um Brasil melhor. Nem a expressão 'responsabilidade social' existia", lembra Grajew, agora engajado no fortalecimento do Movimento Nossa São Paulo.



Paulo Goulart interpreta a *Carta da Terra* (crédito: Claudia Perroni)

Grajew faz um balanço da dimensão do "pulo" dado a partir de 1998. Afirma que, nas empresas campeãs em ações sociais, mesmo entre as estrangeiras, os investimentos raramente ultrapassavam 1% do faturamento das empresas. "Hoje, queremos que 100% do que a empresa faça seja mensurado pelo impacto que causa sobre todos os seus públicos", compara.

O empresário Helio Mattar, um dos convocados por Grajew há dez anos, lembra o que disse ao amigo, após ouvi-lo expondo suas idéias num jantar. "Não entendi nada do que você disse, mas vamos em frente", confessa Mattar, que acabou fundando e preside o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente. Para ele, não há empresa saudável numa sociedade doente, da mesma forma não existe empresa sustentável sem que haja um mercado igualmente responsável. "As empresas são o que o mercado faz delas", frisou, propondo um "pacto em favor de uma economia ética, a fim de mudar o rosto do mundo".

Paulo Itacarambi, vice-presidente executivo do Instituto Ethos, informou que as idéias debatidas no encontro serão posteriormente discutidas com os associados da instituição nos Estados. Se as propostas avançarem, é possível que, daqui a dez anos, o sonho expresso por Oded Grajew se concretize: "Poderemos chegar ao Palácio das Convenções do Anhembi de barco, pelo rio Tietê, que estará vivo novamente, recuperado pelos esforços de todos nós".

“RSE na Mídia”: os jornalistas e o desenvolvimento sustentável

Por Adalberto Wodianer Marcondes



Ramonet: empresas de comunicação não implementam práticas de responsabilidade social (crédito Claudia Perroni)

Primeira atividade da Conferência Internacional 2008, do Instituto Ethos, o debate “RSE na Mídia” levou mais de 250 pessoas ao Grande Auditório do Anhembi. É um momento de reflexão dos profissionais de comunicação sobre os rumos do movimento da responsabilidade social empresarial (RSE) e uma oportunidade para avaliar como os meios de comunicação estão cobrindo o tema. Houve um crescimento na imprensa dos espaços dedicados à RSE e à sustentabilidade, com a criação de editorias e de cadernos especiais, além de haver mais profissionais interessados e capacitados nessa cobertura. Contudo, apesar dos avanços, a compreensão da transversalidade da responsabilidade social ainda é limitada. Também é pouco compreendido o modo como essa pauta agrega valor ao negócio da comunicação.

No debate realizado no Anhembi, estiveram presentes representantes de meios de comunicação e da academia, moderados por Paulo Nassar,

diretor da Associação Brasileira de Jornalismo Empresarial (Aberje). Uma das vertentes abordadas pelos palestrantes foi a responsabilidade social das empresas de comunicação não apenas em relação aos leitores, mas também com seu público interno. O palestrante Ignácio Ramonet, diretor do *Le Monde Diplomatique*, apontou as políticas de recursos humanos das grandes empresas de comunicação como um fator importante para a compreensão da RSE pelas empresas. Para ele, as empresas de comunicação não estão implementando políticas internas de responsabilidade social, o que torna difícil fazer as redações se aventurarem nessa pauta. Essa opinião é compartilhada por Paulo Nassar, para quem as empresas de comunicação atuais ainda aplicam um modelo de gestão do século passado.

O grupo de debatedores era formado por Ramonet, Julio Moreno, ex-executivo do Grupo Estado e atualmente coordenador de jornalismo da TV Cultura, Ingrid Bejerman, professora de

jornalismo internacional da Universidade de Concordia, no Canadá, e Pollyana Ferrari, professora de jornalismo digital da PUC-SP. Para esse grupo, a cobertura da mídia sobre RSE ainda enfrenta obstáculos de compreensão do tema. Repórteres e editores continuam buscando a pauta fácil, baseada na tragédia e no espetáculo, sem uma reflexão dos impactos das ações em outras áreas do conhecimento. “O jornalista que escreve em economia não faz a ligação de suas pautas com os temas que estão na página de geral”, disse Pollyana Ferrari. Um exemplo é a cobertura da indústria automobilística, que mostra o sucesso das vendas, mas não constrói o vínculo com o modelo de transporte urbano e o trânsito das metrópoles.

Para a professora Ingrid Bejerman, existe a necessidade de preparar os profissionais de imprensa para uma abordagem transversal das pautas. Ela acredita que parte do esforço para levar os temas da sustentabilidade para a mídia é do jornalista, que deve fazer um movimento pessoal nessa direção. “A qualificação do jornalista não é papel apenas das empresas. É, na verdade, um patrimônio pessoal, que agrega valor e credibilidade ao seu trabalho”, disse. Ingrid também fez uma reflexão sobre as condicionantes de pautas supostamente impostas por empresas ou anunciantes. “O jornalista é um intelectual e deve ter a capacidade de fazer suas próprias opções. Se um profissional está seguro do conteúdo e da ética de seu trabalho, deve fazer valer sua opinião”, afirma.

Esta linha também foi apoiada pelo coordenador de jornalismo da TV Cultura, Julio Moreno, para quem o jornalismo vive de boas histórias e de



bons profissionais. "O trabalho jornalístico de qualidade é a matéria-prima das empresas de comunicação", diz Julio. Ele também mostrou que algumas mídias estão criando espaços para a cobertura de RSE, que na TV Cultura está representado em programas como *Repórter Eco* e *Balanço Social*, além de incorporar as pautas da sustentabilidade em seus telejornais diários. "A televisão e as novas tecnologias, como a internet, são espaços privilegiados da pauta especializada", disse Julio Moreno. Estas novas tecnologias também são apontadas por Pollyana Ferrari como um espaço privilegiado, com muita interatividade, onde o leitor não é apenas um "sujeito passivo", mas um interlocutor da notícia. "A notícia hoje é quase como as músicas em MP3. Todo mundo baixa, lê e ouve o que quer, numa valorização do assunto e do autor", diz Pollyana.

Por essa facilidade em obter informação por fontes múltiplas é que o papel do jornalista se torna mais relevante, explica Ingrid Bejerman, para quem as mídias alternativas cumprem uma função central no debate quando se trata de pautas inovadoras. "Os jornalistas devem estimular o pensamento, o raciocínio crítico, e manter viva a veia da investigação", explica.

O debate RSE na Mídia, já tradicional nas conferências do Instituto Ethos, reuniu na platéia alguns dos mais importantes nomes da cobertura de RSE na imprensa brasileira. Amélia Gonzalez, que edita o caderno "Razão Social", do jornal *O Globo*, disse que a mídia ainda precisa avançar muito em relação ao estímulo ao leitor e à reflexão em relação à sustentabilidade. Para ela, esse espaço proporcionado pelo Ethos é importante

e deve ser aproveitado para construir uma ponte entre a mídia e as empresas que estão na vanguarda do movimento.

A gaúcha Silvia Marcuzzo, que escreve para diversos veículos como *free lancer* e é repórter da EcoAgência, de Porto Alegre, acredita que a pauta da responsabilidade social só vai ganhar mais espaço na imprensa quando houver um convencimento dos editores e dos donos das empresas de comunicação. "São poucas famílias", disse. Esta é também a opinião de diversos jornalistas presentes ao debate.

Paulo Itacarambi, vice-presidente executivo do Instituto Ethos, que fez o encerramento do debate, destacou a importância da mídia como aliada na transformação dos paradigmas de produção e consumo necessários para a construção de um novo modelo de desenvolvimento econômico e social. "A informação é a chave para a transformação", concluiu.

A ética exige olhar além do óbvio e buscar a terceira margem do rio

O tom pacífico, lembrando-nos de ter cuidado e proteção pela vida, abriu a mesa redonda “Ética da Sustentabilidade: Compromisso com a Sociedade”, na Conferência Internacional Ethos 2008. Moderada pelo presidente da AccountAbility, Simon Zadek, o debate contou com a presença de Mario Sergio Cortella, filósofo, mestre e doutor em educação pela PUC-SP, e de Georg Kell, chefe executivo do Pacto Global das Nações Unidas.

As questões iniciais, levantadas pelo moderador, balizaram o debate: por que fazemos o que fazemos? Como entendemos o processo de mudança? Como traduzimos isso para o entendimento de responsabilidade social empresarial (RSE)? Como fazer a combinação correta para que as mudanças sejam compreendidas e virem práticas efetivas nas empresas?

Cortella lembrou uma citação do escritor e político britânico Benjamin Disraeli, que dizia que “a vida é muito curta para ser pequena”. Para Cortella, a ética da sustentabilidade tem como valor mais forte o não-apequenamento da vida e, para isso, é preciso criar consciência sobre a mortalidade. Para o filósofo, precisamos de regras que nos lembrem que somos mortais – a própria idéia da mortalidade ajuda a percepção de que não temos todos os direitos. Nessa linha de raciocínio, Cortella acredita que o valor ético mais importante para a construção de uma consciência de sustentabilidade é a humildade – que, para ele, é diferente de subserviência. “É preciso entender que a ética da sustentabilidade é viver a vida com humildade. Nossa tarefa é levar a vida com mais graça, com mais cuidado”, afirmou Cortella.

Lembrando sempre o significado e a origem das palavras, o educador ressaltou que felicidade não pode ser separada da idéia de fertilidade: “Vida fértil é aquela que acontece na sua máxima condição, ou seja, com sustentabilidade. A ética da sustentabilidade é aquela que contribui para uma vida fértil, sem ameaçar a vitalidade do conjunto da vida, que se encontra ameaçada pela nossa própria arrogância”.

Desejo de paz está em todos nós



Cortella: agir com ética é crer na necessidade de não fazer qualquer negócio (crédito: Claudia Perroni)

Georg Kell acredita que todos, independentemente do local em que tenham sido criados ou onde vivem, têm aspirações semelhantes, como a melhoria das condições de vida. “O desejo de paz, colaboração e cooperação está em todos nós. A própria Organização das Nações Unidas foi fundada com essa premissa”, acrescenta.

Kell lembrou que em 2008 comemoramos os 60 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos: “É um marco, um avanço”. Comemoramos, também neste ano, o décimo aniversário de fundação do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Dez anos significam muito para o movimento de RSE, mesmo sabendo que a maturidade está distante. A dúvida é: como serão os próximos dez anos no cenário dos direitos humanos e da responsabilidade social empresarial?

Seguindo a temática empresarial, Georg Kell ressaltou que organizações são feitas de pessoas e essas pessoas têm escolhas. “Vivemos em um tempo definido por lógicas políticas e econômicas, mas temos a capacidade de criar valores e de conectá-los a essas lógicas”, afirma.



Kell acredita que existe uma terceira força, além do bem e do mal: o desejo de descobrir.

Muitas empresas, em todo o mundo, reconhecem que precisam lidar com problemas, sejam eles ambientais, sociais ou de outra natureza. São, em algumas situações, oportunistas, mas o mercado global está conectado a tal ponto que as deixa vulneráveis "O risco é maior hoje em dia devido à interconectividade. Há oportunidades de expansão e mais acesso a diferentes mercados. Por isso, criar valores e conectá-los é fundamental", afirma Kell. Para ele, valores bem fundamentados podem promover uma cultura de sustentabilidade: "É repetindo e revivendo histórias que aprendemos a lição".

"A mesma consciência que traz o problema à tona cria a capacidade de solucioná-lo", diz Cortella. "O mundo vive sob uma economia clara, baseada em regras

de mercado. Temos de fazer com que os paradigmas da sustentabilidade definam as regras de mercado." O educador utilizou-se de outra expressão conhecida para explicar essa relação econômica: "O mercado ou a vida". Segundo ele, estamos edificando a humanidade em meras aparências, quando, na verdade, deveríamos solidificar a vida em valores éticos. E a construção de uma sociedade ética não é algo simples, nem superficial, nem evidente: "A terceira margem do rio não está no lugar óbvio". A ética, por sua vez, não é algo cosmético, não pode ser considerada etiqueta. "Agir com ética é crer na necessidade de não fazer qualquer negócio", diz. Cortella citou o educador Paulo Freire, afirmando que "é preciso ter esperança, mas a esperança do verbo 'esperançar' e não do verbo 'esperar'. É difícil, sim. Impossível, jamais".

Produtos sustentáveis não são a salvação da lavoura

“Não existe um produto sustentável. Qualquer atividade humana gera impacto. Portanto, o que temos são produtos que geram menos ou mais impactos. Pensar dessa forma é mais realista.” Essa é a constatação de Laura Valente de Macedo, diretora regional do ICLEI – Governos Locais pela Sustentabilidade, que participou do Painel Temático “Mercado de Produtos Sustentáveis”, na Conferência Internacional Ethos 2008.

Quando se fala em produtos sustentáveis, é preciso lembrar de alguns desafios enfrentados para que os produtos cheguem às prateleiras. A primeira questão é definir o que é um produto sustentável. Outro desafio é o preço, normalmente muito acima dos produtos “não-sustentáveis”. Mais um ponto importante é conscientizar o consumidor, que não tem muitas informações a esse respeito.

“Na hora da compra, o consumidor tende a pensar na questão ambiental e econômica, mas não na social. Ele terá que pagar de qualquer forma, seja com a saúde ou com os danos ao ambiente em que vive”, afirma Helio Mattar, presidente do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente e mediador do painel. Alguns elementos da sustentabilidade podem ser levados em conta na hora de escolher um produto, como se são oferecidos em embalagens menores ou se têm a opção de refil. Muitos desses elementos, entretanto, não são visíveis nas prateleiras, como a utilização de mão-de-obra infantil pelo fabricante ou por alguma empresa daquela cadeia produtiva.

Uma pesquisa do Instituto Akatu mostra que os consumidores estão abertos para os produtos sustentáveis: 28% dos brasileiros afirmaram ter comprado produtos orgânicos nos últimos seis meses e 37% informaram que pagariam a mais por produtos que respeitem o meio ambiente. “Há um solo fértil para o desenvolvimento do mercado sustentável”, acredita Mattar, com base nessa pesquisa.

Nos Estados Unidos, por exemplo, grandes empresas passaram a comercializar produtos orgânicos, como a Odwalla, marca da Coca-Cola para barra de cereais e sucos naturais. Isso mostra uma mudança nas empresas e principalmente nos consumidores, que têm utilizado mais esses produtos.

“O problema é que as pessoas compram por caridade, e não por entender o aquele produto representa. É preciso sensibilizar o consumidor, grandes redes de supermercados e varejistas para que abram espaço em suas prateleiras para esses produtos”, afirma Edson Marinho, gerente do Ética Comércio Solidário.



Laura Valente: opção deve ser pelos produtos que geram menos impactos (crédito: Nelson Aguilar)



Certificação tem seu preço

Mesmo que o consumidor um dia acorde cheio de consciência e vá ao supermercado disposto a comprar produtos sustentáveis, dificilmente saberá se fez as escolhas certas. No Brasil não há certificação para produtos sustentáveis, enquanto na Europa há 19 selos com essa finalidade. Mas, se por um lado, a certificação dá garantias ao consumidor final, por outro pode se tornar um custo para quem produz – normalmente pequenos produtores. “Algumas marcas usam o termo sem embasamento nenhum. O consumidor não tem garantia de que algumas normas foram seguidas para que aquele produto fosse considerado sustentável”, explica Marinho. O que há no mercado atualmente é a auto-gestão, que evita custos. “Mas isso também pode ser uma forma de driblar a qualidade e apenas aproveitar esse nicho de mercado”, lembra o gerente.

Na opinião dele, o governo, além de regulamentar, pode conceder benefícios às empresas que fabricam tais produtos, como fretes diferenciados. “O principal beneficiado com um selo é o consumidor final. Mas isso também é uma forma de tornar o produto mais atraente. É, portanto, uma vantagem para a empresa”, finaliza Marinho. Nessa questão, Laura Valente levanta um ponto importante: “Me preocupa o modo como as empresas com o selo serão fiscalizadas”.

Governos como consumidores

O maior dos consumidores – o governo, em qualquer esfera – é decisivo nos rumos desse mercado. As compras

públicas sustentáveis são realidade em vários países e começam a dar os primeiros passos no Brasil. “Já existem iniciativas no Brasil, mas o grande desafio é fazer com que tais iniciativas, muitas vezes individuais ou de alguns departamentos, se tornem políticas de governo”, aponta Laura Valente. “Na Suécia, por exemplo, 50% dos governos realizam compras sustentáveis, enquanto na Espanha o governo compra uniformes fabricados de forma sustentável”, afirma Laura.

No Brasil, há um embasamento legal para o comprador do serviço público optar pelo produto sustentável, mesmo que seja mais caro. “Toda a legislação é regida pela Constituição Federal e esta recomenda proteger o meio ambiente. Portanto, entre um produto mais barato e um que tenha menos impacto sobre o meio ambiente, o governo pode optar pelo sustentável”, lembra Laura. Muitas vezes, o problema está na falta de oferta. “Por exemplo, o município de São Paulo queria utilizar merenda escolar orgânica, mas não há fornecedores suficientes para essa demanda. É preciso que os produtores de orgânicos se reúnam com o governo para resolver essas questões”, finaliza Laura.

Compradores de empresas públicas ou privadas podem consultar o catálogo de produtos sustentáveis (www.cataloosustentavel.org.br) desenvolvido pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, no qual as empresas podem incluir seus produtos, sem nenhum custo.

Agência Mandalla vence Prêmio Inovação em Sustentabilidade

O projeto Franquia Social, da Agência Mandalla de Desenvolvimento Holístico, Sistêmico e Ambiental, de João Pessoa (PB), foi o vencedor da primeira edição do Prêmio Inovação em Sustentabilidade, organizado em parceria pelo Instituto Ethos e pela Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (Usaid). Além do reconhecimento, a instituição recebe R\$ 60 mil para investir na iniciativa. “Esse prêmio coroa o trabalho de toda uma equipe”, diz Tárccio Handel, diretor de Gestão de Estratégias da Agência Mandalla.

A idéia central do projeto é fixar o homem no campo, viabilizando tecnologias apropriadas que unam o conhecimento científico ao saber popular. O Projeto Mandalla, que será expandido pela Franquia Social, permite que o agricultor cultive vários tipos de frutas, legumes e verduras, sem a necessidade do uso de agrotóxicos, e crie pequenos animais, aproveitando todos os recursos naturais possíveis, com desperdício mínimo.

O prêmio foi entregue por Ricardo Young, presidente do Instituto Ethos, e Jennifer Adams, diretora da Usaid no Brasil, que ficaram satisfeitos com a escolha. “Em tempos de crise de alimentos e de *commodities*, essa pode ser uma solução para muitos lugares”, aponta Young.

A meta para os próximos cinco anos é expandir o projeto para cada Estado brasileiro e avançar para a América Central e Moçambique. “O dinheiro vai ser fundamental para o processo de estruturação da franquia, trabalho na montagem da estrutura e reaplicação”, explica Handel.

Iniciativas bem-sucedidas

O objetivo do prêmio é apoiar parcerias público-privadas nos temas meio ambiente, tecnologia da informação, desenvolvimento de cadeia de valor, educação e saúde, com o objetivo de colaborar para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Entre os critérios estabelecidos, a iniciativa, além de já ter sido bem-sucedida, deve ser viável e com potencial de ganho de escala.

Foram submetidos 104 projetos nos 15 dias abertos para inscrição. Desse total, foram escolhidos cinco finalistas: Convivência com a Realidade Semi-Árida, do Centro de Educação Popular e Formação Sindical; Empreiteira Escola – Morar na



Franquia Social: R\$60 mil para investir na iniciativa. (crédito: Claudia Perroni)

Cidadania, da Associação Lua Nova; Oficina Escola de Luteria da Amazônia; Arquitetas da Comunidade, de Joice Genaro Gomes; e a vencedora Franquia Social, da Agência Mandalla. “Imaginem o que ocorrerá no ano que vem, quando teremos mais tempo e mais empresas apoiando. Tenho certeza de que esse prêmio tem potencial para se tornar referência”, comenta Ricardo Young.

Para Jennifer Adams, a iniciativa contempla os objetivos da Usaid no Brasil: “Queremos construir pontes entre os dois governos, entre os dois povos e entre os setores. Esse prêmio é uma parceria entre o lado público e o privado empresarial, em apoio a organizações não-governamentais”.

A Usaid conta hoje com uma rede em busca de soluções inovadoras formada por 50 empresas americanas instaladas no Brasil. “Essa é mais uma forma de unirmos os dois lados”, diz Jennifer.



Ricardo Young e Jennifer Adams saudam os cinco finalistas

Ray Anderson: a sustentabilidade na rotina

Por Luciano Martins Costa

A mesa-redonda “Liderança Global para a Sustentabilidade”, que levou ao palco Ray Anderson, fundador da InterfaceFlor, empresa canadense fabricante de carpetes, foi uma grande oportunidade para o debate em torno de um caso real de empresa que escolheu estrategicamente a gestão pela sustentabilidade. Ao final, um dos entrevistadores, Simon Zadek, presidente da AccountAbility, observou que boa parte da platéia sairia dali decidida a procurar outro emprego.

Segundo Anderson, trilhar o caminho da sustentabilidade é como subir uma montanha: o trajeto é árduo e íngreme, exige preparo físico e mental; a subida é dolorosa, mas fascinante, porque à medida que se caminha ampliam-se as perspectivas e horizontes. Mas não foi apenas de metáforas que ele tratou. O empresário que mudou o conceito de todo um setor industrial e vem inspirando executivos por todo o mundo explicou como sua experiência aponta algumas diretrizes para a gestão sustentável.

Em primeiro lugar, destacou, trata-se de um processo de mudanças de longo prazo, que exigem o desenvolvimento de uma visão estratégica, a qual precisa ser firme o suficiente para se manter por muito tempo, guiando as decisões. Finalmente, é necessário estabelecer um diálogo intenso, permanente e consistente com todos os públicos de interesse. No caso da InterfaceFlor, observou, o processo interno ganhou credibilidade externa, por meio de citações na imprensa; e esse aval externo reforça o processo interno, criando um círculo virtuoso.

O diálogo que se seguiu à sua apresentação ajuda a derubar alguns mitos cultivados em muitas empresas. Um deles: o DNA da inovação está nas gerências intermediárias e no corpo técnico da empresa. Segundo Anderson, as mudanças na InterfaceFlor começaram no chão de fábrica, com a criação de um programa para a redução do lixo.



Anderson: um líder, mas não um super-herói (crédito: Claudia Perroni)



Os trabalhadores passaram a receber compensação financeira pelos resultados e um time de multiplicadores começou a trabalhar pela mudança de cultura. “As melhores idéias vêm do chão de fábrica. Eles sempre sabem a melhor maneira de fazer as coisas”, observou.

Outro mito que se desfez foi o da liderança que transcende a realidade dos negócios. “Não basta ter qualidades de liderança. O principal é ter a visão para ir na direção correta, identificar e assegurar que essa visão esteja certa antes de tudo, pois muitos líderes iniciam um processo e conduzem a empresa na direção errada”, afirmou. Por outro lado, observou, tem sido importante na experiência da sua empresa o desenvolvimento de uma linguagem e um vocabulário comuns: “Isso facilitou a comunicação vertical e horizontalmente”.

Ray Anderson também desmentiu a tese de que a inovação para a sustentabilidade implica grandes mudanças estruturais. “A estrutura hierárquica da InterfaceFlor é tradicional, mas há muita liberdade no fluxo de informações. O grupo de multiplicadores criado no início do processo segue colhendo e divulgando as idéias e estimulando os debates internos sobre os passos seguintes”, acrescentou.

Por último, a própria figura do presidente da InterfaceFlor induz à percepção de que os líderes não são necessariamente super-heróis. Anderson se parece mais com o arquétipo do cidadão comum do que com o que se espera de um guru. Não apresenta grandes habilidades de retórica e não se pode afirmar que sua presença transcende carisma. Parece um homem comum fazendo parecer que uma façanha incomum é um ato simples do dia-a-dia.

Uma besta estranha que migra atrás dos lucros

Depois de duas horas de debate no painel “Gestão das Finanças para o Desenvolvimento Sustentável”, na Conferência Internacional Ethos 2008, o moderador John Elkington, fundador da consultoria SustainAbility, afirmou que vê um cenário econômico muito difícil nos próximos dois anos, o que torna cada vez mais urgente a implementação de uma agenda sustentável. “Faltam peças nesse jogo. A cidadania corporativa ainda é muito institucionalizada. O dinheiro é uma besta estranha que dá coice e migra para outros lugares. Agora é a China que começa a acumular riqueza. Como fazer essa agenda?”. O desafio está lançado.



Setor financeiro ainda tem um longo caminho a percorrer na direção da sustentabilidade (crédito: Nelson Aguilar)

No debate, os participantes concordaram que o setor

financeiro tem ainda um longo caminho a trilhar na direção da sustentabilidade, embora os fundos de investimentos sustentáveis estejam se tornando uma realidade cada vez mais palpável. De acordo com os números apresentados por Eric Leenson, diretor-executivo do Progressive Asset Management Inc., em 2007 havia 3 trilhões de dólares em ativos direcionados para esses fundos, apenas nos Estados Unidos. “Crescimento razoável”, brincou ele, avaliando o aumento que tiveram em pouco mais de duas décadas. Em 1984, o volume de aplicações era de apenas 40 bilhões de dólares.

Além da mudança de mentalidade das empresas, que hoje conseguem avaliar a importância desse tipo de fundo, Leenson detecta o crescimento da demanda por investimentos nas comunidades, que variam de microfinanciamento a obras de urbanização. O representante do Asset afirma que, nos últimos 25 anos, bilhões de dólares têm sido alocados nessa direção e que o setor detém 11% de todo o dinheiro investido nos EUA. “De 1995 a 2007, os investimentos nas comunidades passaram de 4 bilhões para 25 bilhões de dólares. E a razão dessa expansão é que o investimento também financia o consumo”, argumenta Leenson.

Ricardo Henriques, assessor da presidência do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), falou da necessidade de repensar os modelos de negócio, de modo que toda a cadeia de valor do setor seja sustentável. “Nesse mundo fragilizado pela imensa desigualdade social, que no Brasil é radicalizada, é possível buscar ganhos e vantagens econômicas que tenham baixo impacto negativo e tragam retorno para todos”, diz Henriques. No entender dele, a questão principal é como colocar nesse cenário maior equilíbrio entre a importância do aspecto econômico e a dos aspectos social e ambiental dos investimentos, hoje pautados ainda pelo lado econômico. O desafio, diz Henriques, é saber como trazer para a estratégia de gestão a capacidade de agregar valor em toda cadeia produtiva do sistema financeiro. “É possível ter retorno nas comunidades em que atuo sem medir os impactos no entorno?”, pergunta.

Antonio Jacinto Matias, vice-presidente do Banco Itaú e diretor da Federação Brasileira de Bancos (Febraban), que representa o sistema financeiro brasileiro, listou uma série de ações sustentáveis encampadas pelos bancos, que variam de investimentos sociais – como a construção de 29 mil cisternas no Semi-Árido – a projetos de valorização da diversidade, passando por mercado de carbono e microcrédito. Concorda, no entanto, que são práticas pontuais e que há muito a fazer do ponto de vista dos bancos. Matias propõe colocar a solidez, a eficiência e as boas práticas notórias do setor a serviço da criação de “uma agenda positiva, com soluções calcadas na transparência”.

Para Ricardo Henriques, do BNDES, o que está em jogo no sistema financeiro é a forma de organizar sua agenda econômica e produtiva, tendo em vista “nossa imensa dívida social”. Apesar da “enorme resistência” à internalização de variáveis sociais e ambientais, Henriques acredita ser possível aos bancos alocar melhor os recursos que a sociedade reconhece, com justiça, serem desproporcionais ao lucro que auferem.

“Mantido o modelo do último século, que provocou essa abissal desigualdade, corremos o risco da ruptura”, prevê o economista. A saída estaria na redefinição do que venha a ser espaço público. “O setor privado é ou não parceiro desse novo espaço público? O setor financeiro é ou não parceiro nessa redefinição?”, provoca Henriques. Para ele, o fortalecimento do espaço público passa pela valorização das diferenças e requer uma posição política “bastante sofisticada”.

Na Amazônia, falta a presença do Estado

A grandiosidade da Amazônia, não apenas em seu aspecto territorial mas principalmente na sua diversidade biológica, cultural e social, além de representar a sua maior riqueza, é também o maior desafio a ser vencido pelo Brasil na busca de um modelo de desenvolvimento sustentável para a região. A principal arma para enfrentar esse desafio, de acordo com os participantes do painel “Desenvolvimento Sustentável da Amazônia”, na Conferência Internacional 2008 do Instituto Ethos, é a capacidade dos atores de dialogar com humildade com as comunidades locais, detentoras dos conhecimentos necessários para a preservação de um ecossistema vital para o equilíbrio ambiental do planeta.

O debate, que teve a moderação de Adriana Ramos, coordenadora para a Amazônia do Instituto Socioambiental (ISA), contou com a participação de Adalberto Veríssimo, pesquisador sênior do Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia (Imazon), Júlio Barbosa de Aquino, vice-presidente do Conselho Internacional dos Seringueiros, Edson Ricardo Cunha, da Petrobras na Amazônia, Orlando Lima, diretor do Departamento de Desenvolvimento Sustentável da Vale, e o biólogo e empresário Roberto Waack, diretor da Amata, empresa voltada para gestão de ativos florestais sustentáveis.

O rápido histórico da atividade econômica na Amazônia, feito por Adalberto Veríssimo, mostra que até agora os modelos de exploração dos recursos naturais da região têm sido responsáveis, desde o ciclo da borracha até o mais recente avanço da fronteira agrícola, por uma perda de mais de 700 mil quilômetros quadrados de floresta. Com exceção de alguns bolsões isolados de desenvolvimento, esses modelos têm em geral provocado conflitos sociais e desagregação nas comunidades locais. Além disso, o desmatamento na Amazônia legal responde por 60% das emissões brasileiras de gases causadores do efeito estufa, um quadro que corre o risco de se agravar ainda mais com o crescimento da produção de biocombustíveis.

Entre os desafios para o desenvolvimento sustentável da Amazônia, de acordo com Veríssimo, estão a

criação de infra-estrutura, a reforma agrária e especialmente a priorização de investimento na região. Para ele, as medidas anunciadas pelo governo por meio do Plano Amazônia Sustentável (PAS) são muito tímidas em relação aos desafios que a questão envolve. “Não se pode falar em centenas de milhões, mas em bilhões de dólares para resolver os problemas da Amazônia”, destaca.

As boas notícias, para o pesquisador, são o crescimento do mercado verde, o diálogo intersetorial que ocorre atualmente, o aumento das áreas protegidas e o controle do crédito para a atividade produtiva. Segundo ele, um dos principais esforços do governo brasileiro no momento deve ser a implementação efetiva da presença do Estado na Amazônia, como forma de suprir as necessidades de infra-estrutura das populações locais – opinião unânime entre os integrantes da mesa.

Júlio Barbosa Aquino, seringueiro e fundador do Conselho Nacional dos Seringueiros, acredita que a ordenação da ocupação da terra é ponto central da questão, embora admita não haver ainda um modelo ideal para a exploração da biodiversidade amazônica. O zoneamento ecológico-econômico, segundo ele, já foi implantado no Acre e precisa se estender para todos os Estados da Amazônia.

Outra condição essencial é o diálogo com as organizações sociais. “Sem a participação dos movimentos sociais que atuam hoje na região, não será possível desenvolver a Amazônia de forma sustentável”, acredita. Citando como exemplo a história dos seringueiros, Júlio Aquino explica que, antes da falência total do



Waack: ausência de leis e caos na gestão fundiária (crédito: Ana Luiza Santana)

modelo exportador do ciclo da borracha, as comunidades formadas em torno dos seringais não conseguiam se desenvolver. “Somente quando tivemos de trabalhar sozinhos, em modelos cooperativos, foi possível avançar”, diz ele.

Em sua exposição, o biólogo e empresário Roberto Waack reforçou as dificuldades representadas pela ausência do Estado na Amazônia. Entre as consequências dessa realidade, estão a situação caótica da questão fundiária, a corrupção praticada pelas oligarquias políticas, a ausência de leis que regulamentem a concessão florestal, a falta de uma educação contextualizada – que atenda às especificidades da economia local – e o monitoramento deficiente das atividades econômicas.

O diretor do Departamento de Desenvolvimento Sustentável da Vale, Orlando de Lima, relatou no painel a experiência da empresa com seus projetos na Amazônia. O objetivo da Vale, segundo ele, é implantar mecanismos de atuação que transcendam a exploração econômica. “Pretendemos ficar na Amazônia por mais cem anos e, quando sairmos, queremos que as comunidades tenham condições de continuar se desenvolvendo. Para isso, desejamos contribuir para uma fronteira de legalidade e preservação”, explica.

Edson Cunha apresentou o Centro de Excelência Ambiental da Petrobras na Amazônia (Ceap), que monitora as atividades de produção e transporte de petróleo e gás natural provenientes de Urucu, no Amazonas. Segundo ele, “o Ceap é um instrumento para parcerias estratégicas da empresa na região, o que inclui universidades, instituições de pesquisa e órgãos governamentais e não-governamentais”. Um de seus projetos mais importantes é o Piatam (Potenciais Impactos e Riscos Ambientais na Indústria do Petróleo e Gás no Amazonas), apoiado pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e coordenado tecnicamente pela Universidade Federal do Amazonas.

Outro consenso entre os participantes do painel foi a respeito do papel do mercado no desenvolvimento sustentável da região. Para Adalberto Veríssimo, o consumo consciente é importante para frear a devastação, embora seja difícil de ser alcançado. “Por meio de selos verdes, é possível hoje exercer um controle mais eficiente sobre as transações efetuadas em determinados elos do mercado, levando a uma redução significativa dos riscos”, conclui.

A sustentabilidade no trabalho ainda espera por soluções inovadoras



“A velha abordagem das relações de trabalho, baseada no confronto capital *versus* trabalho, não é mais suficiente para atender aos novos desafios da realidade atual, que exige respostas mais complexas e inovadoras”. A afirmação foi feita pelo secretário nacional da Central Única dos Trabalhadores (CUT), Adeilson Ribeiro Telles, no painel “Relações de Trabalho para a Sustentabilidade”, realizado na Conferência Internacional Ethos 2008. Essa constatação recebeu a adesão dos outros participantes da mesa: a consultora de recursos humanos Cristina Nascimento, diretora do Espaço Empresarial Gestão de Serviços, e a superintendente de Desenvolvimento Humano do Banco Real, Maria Cristina Carvalho e a moderadora do painel, Anna Maria Medeiros Pelliano, coordenadora de Estudos de Responsabilidade Social do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

De acordo com o representante da CUT, diante da nova conjuntura do país, de democracia e estabilidade econômica, o movimento sindical abraçou uma nova agenda, priorizando a pauta do desenvolvimento. “Não estamos falando de crescimento econômico, e sim de desenvolvimento com qualidade, que é sustentável, promove a distribuição de renda e é capaz de mudar o quadro de desemprego e informalidade que ainda vivemos no Brasil”, observa Telles.

Na opinião do sindicalista, em resposta à questão levantada pela moderadora do painel em sua fala de abertura, para promover o trabalho decente é preciso, de um lado, criar condições democráticas de debate e mobilização, como a organização dos trabalhadores nos locais de trabalho, e, de outro, criar mecanismos capazes de inibir as distorções e abusos, como a elevação do nível de exigências para empresas que recebem financiamentos públicos. “Uma empresa que compra ou vende alguma coisa proveniente de trabalho escravo, por exemplo, não pode receber dinheiro do BNDES”, explica Telles.

A nova agenda dos trabalhadores, segundo ele, prioriza quatro grandes entraves ao “desenvolvimento com qualidade”: a desigualdade e a concentração de renda; o desemprego; a capacidade do Estado de criar condições de desenvolvimento; e a implementação da democracia participativa. A Agenda dos Trabalhadores para o Desenvolvimento, de acordo com o secretário nacional da CUT, foi definida com a participação de todas as centrais sindicais.

Mas, se o diagnóstico dos problemas conseguiu algum consenso na mesa, as propostas de solução não. A consultora de recursos humanos Cristina Nascimento defendeu a terceirização como uma opção importante para as empresas que buscam a inovação e a agregação de valor a seus produtos ou à sua marca. Ao defender a terceirização, tema capaz de provocar arrepios nos sindicalistas, a consultora admitiu que essa prática vem sendo adotada de forma perniciosas, não apenas para os trabalhadores, mas também para as próprias empresas.

Segundo ela, são grandes os riscos para as empresas que fazem a terceirização apenas em busca de redução de custos. Além de ficarem sujeitas a processos trabalhistas, que muitas vezes resultam em indenizações pesadas, essas

empresas colocam em risco sua reputação no mercado, por contratarem terceiros que não atendem às exigências de qualidade. Cristina defende a terceirização estratégica, por meio da qual a empresa procura no mercado “parceiros capazes de realizar o serviço com inovação”. De acordo com ela, pesquisa feita nos Estados Unidos com companhias inovadoras que praticam a terceirização revelou que, para essas organizações, o preço dos serviços era o último item da lista de prioridades exigidas das empresas contratadas.

O maior problema no Brasil, para Cristina Nascimento, é a falta de regulamentação da atividade terceirizada. Segundo a consultora, o próprio movimento sindicalista tem resistido fortemente à criação de leis mais claras para a terceirização. Adeilson Telles rebate, dizendo que os sindicatos já tentaram abrir um debate nesse sentido, mas a idéia não avançou por falta de consenso mínimo. “Há no Congresso Nacional cerca de trinta propostas diferentes sobre o assunto, cada uma delas mais absurda do que a outra, o que torna impossível chegar a um acordo”, diz ele.

A superintendente de Desenvolvimento Humano do Banco Real, Maria Cristina Carvalho, apresentou a experiência do banco na busca da sustentabilidade no mundo do trabalho. Explicando que a iniciativa faz parte de uma visão estratégica da empresa, a executiva observou que as ações voltadas para o corpo de funcionários fazem parte de um contexto amplo, em que os resultados sustentáveis são buscados em todas as áreas.

O programa do Banco Real, iniciado em 2002, teve como objetivo criar um ambiente de respeito e valorização da diversidade, procurando engajar seus funcionários no processo de mudança. Foram criados comitês internos para debater as questões, sensibilizar e conscientizar as pessoas. Os resultados, segundo Maria Cristina, foram animadores: “Hoje o Banco Real emprega cerca de 1.200 pessoas com deficiência; em 2002 eram menos de 50. Houve também um crescimento significativo no acesso de mulheres aos cargos de liderança ou gestão. Foi muito bom observar que até nossos fornecedores acabaram influenciados pelas medidas, adotando práticas de sustentabilidade em suas empresas”.



Na questão do trabalho, há consenso nos diagnósticos, mas não nas soluções (crédito: Nelson Aguilar)

Construir edifícios, derrubar mitos

Construção sustentável é cara. Casa popular não combina com sustentabilidade e as soluções devem ser importadas. *Greenbuilding* e certificações são as melhores saídas. Esses são alguns dos mitos sobre a construção sustentável debatidos no painel "Gestão Sustentável da Construção Civil", durante a Conferência Internacional Ethos 2008. O primeiro deles a ser derrubado talvez devesse ser o do alto custo. As construções sustentáveis não podem e não devem ser caras, pois, para respeitar o princípio básico da sustentabilidade, devem atender ao tripé econômico, social e ambiental.

De acordo com Vanderley John, membro do Conselho Brasileiro de Construção Sustentável, o que encarece as obras são os excessos, os caprichos. No linguajar da área, trata-se da chamada *over-engineering*: propostas que vão além das necessidades, que não levam em conta os impactos do consumo sem consciência. Segundo John, "zona de conforto não leva à sustentabilidade". Algumas atitudes, porém, contribuem verdadeiramente para que se possa atingi-la: redução de perdas, gestão de resíduos (destinação adequada), demolição seletiva, maior durabilidade das estruturas, materiais mais ecoeficientes (o que nem sempre significa uso de material reciclado) e escolha do fornecedor.

A questão-chave, portanto, é: quanto custa um empreendimento sustentável? Segundo Luiz Henrique Ceotto, diretor de Projetos e Construção da Tishman Speyer, depende do nível de implantação dos sistemas adotados e do custo inicial da construção. O ideal é que os itens que tornam uma edificação menos consumidora de recursos naturais, como a possibilidade do reúso da água ou iluminação natural, sejam incorporados na hora da idealização e da concepção do projeto. Uma construção sustentável ficaria 15% mais cara. Em compensação, ao longo de 50 anos, esse prédio gastaria 80% menos em custos de operação e de manutenção. A fase de idealização custa menos de 0,2% do empreendimento, enquanto a concepção do projeto não chega a 1%. Resumindo, "é na etapa que tem o menor custo que podemos resolver a questão da sustentabilidade na construção civil", afirma Ceotto.

Sensibilizando o investidor

O processo de sensibilização do mercado para exigir construções mais sustentáveis já se iniciou e deve se concluir em até cinco anos, segundo Marcelo Takaoka, diretor-presidente da Y. Takaoka e

moderador do debate. A preocupação pode vir pelo lado do investidor. É ele que está, cada vez mais, disposto a pagar um adicional de custo para correr menos risco de ter o edifício com problemas após alguns anos de operação.

Na maioria das vezes, a empresa responsável pela construção não é a mesma que administra o edifício. E a falta de comunicação entre elas é a causa de muitos custos pagos pelos moradores e até pela sociedade. Takaoka acredita na indução indireta: "Precisamos de administradoras prediais fortes no mercado, que tenham o papel de induzir os clientes a



Prédios sustentáveis são um pouco mais caros, mas o custo de manutenção e operação, bem menores (crédito: Nelson Aguilar)

perceber a importância de um projeto planejado desde a sua concepção, com foco na sustentabilidade e na durabilidade do empreendimento."

Quando o mercado começar a exigir construções sustentáveis, certificações de *greenbuilding* (ou "prédios verdes") podem ser importantes, mas não o único caminho. As certificações podem encarecer as obras e nem sempre cumprem o papel de verificar todas as etapas da construção e da vida útil do projeto. Ainda que um edifício seja ambientalmente correto, esse não é o único aspecto importante. Kaarin Taipale, coordenadora do Grupo de Trabalho do Processo de Marrakesh para Edifícios e Construções Sustentáveis, da ONU, afirma que "ser verde não é o suficiente".

Vanderley John acrescenta que "além de construções verdes precisamos pensar nas questões sociais. Por isso, não é possível dizer que *greenbuilding* é a solução". Ele fez questão de ressaltar a importância das questões sociais ligadas ao tema: "Quem trabalha diretamente nas obras é a classe menos favorecida. O custo de cada trabalhador, se comparado ao custo da obra, é mínimo".

Algumas construtoras estão começando a investir em educação ambiental e treinamentos nos canteiros de obras – por precisarem reduzir o alto consumo e pela cobrança do mercado relativa à responsabilidade social. Entretanto, John afirma que "algo em torno de 80% das construções não são realizadas por construtoras, e sim por trabalhadores informais". E acrescenta que tanto a corrupção quanto a informalidade são desafios que precisam ser superados para que o Brasil possa buscar com mais consistência um desenvolvimento sustentável na construção civil.

Amazônia: terra de ninguém

O desenvolvimento da Amazônia dentro de parâmetros de sustentabilidade é um desafio urgente e que precisa ser encarado de maneira inovadora por empresas, sociedade e governos. A economia baseada no desmatamento não garante nenhum tipo de progresso social para as comunidades que lideram o mapa de retirada da cobertura florestal. Pelo contrário, são as cidades que mais desmatam que também lideram em indicadores de violência, trabalho escravo e baixo IDH.

No entanto, governos e entidades de madeireiros costumam descrever esta realidade de forma diferente, mais favorável ao desmatamento, uma vez que nos primeiros anos de extração da floresta realmente ocorre um boom de crescimento econômico. Mas, efêmero, esse desenvolvimento acaba junto com as árvores, e a atividade que vem depois é a criação de gado, que ocupa muito menos gente do que a indústria madeireira. O alerta foi feito por Adalberto Veríssimo, pesquisador do Imazon – Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia, que tem sede em Belém e é uma das organizações fundadoras do Fórum Amazônia Sustentável, do qual o Instituto Ethos também faz parte.

Beto Veríssimo, como é mais conhecido por seus parceiros que estudam e trabalham na e pela Amazônia, é reconhecido como um dos mais importantes especialistas na dinâmica econômica e social da região, além de ser autor de estudos relevantes usados como base para políticas públicas no Pará e em toda a Amazônia. Em entrevista ao jornalista Dal Marcondes durante a Conferência Internacional do Instituto

Ethos 2008, em São Paulo, Beto alertou sobre a necessidade de inovar na busca de soluções para a região e destacou a questão fundiária como uma das mais urgentes.

Instituto Ethos: Por que a regularização da posse da terra é importante para a Amazônia?

Adalberto Veríssimo: Mais de 70% da região não tem titulação e isso torna muito difícil responsabilizar autores de crimes ambientais. O modelo cartorial existente hoje no Brasil não vai conseguir resolver este desafio, porque as escalas na Amazônia são imensas. Se utilizarmos as novas tecnologias de internet e de localização por satélite, podemos ter um avanço rápido na identificação de posse e de uso da terra. Para o governo, boa parte da Amazônia é terra de ninguém.

IE: E como isso pode ser feito?

AV: Em um primeiro momento, precisamos fazer uma regularização ambiental e, em seguida, de titulação. Para trabalhar a parte ambiental, os ocupantes de glebas de terras se autodeclararam como detentores da posse. Com isso, passamos a ter pessoas ou empresas que podem ser responsabilizadas pelas ocorrências em suas terras. Depois, é preciso fazer um mutirão para a regularização documental. Aí sim os proprietários têm de entrar em acordos sobre divisas e respeitar regulamentações de posse e de uso da terra na região. Esta questão é fundamental para o desenvolvimento, os Estados Unidos fizeram isso em 1870.

IE: Este é um desafio de tamanho chinês?

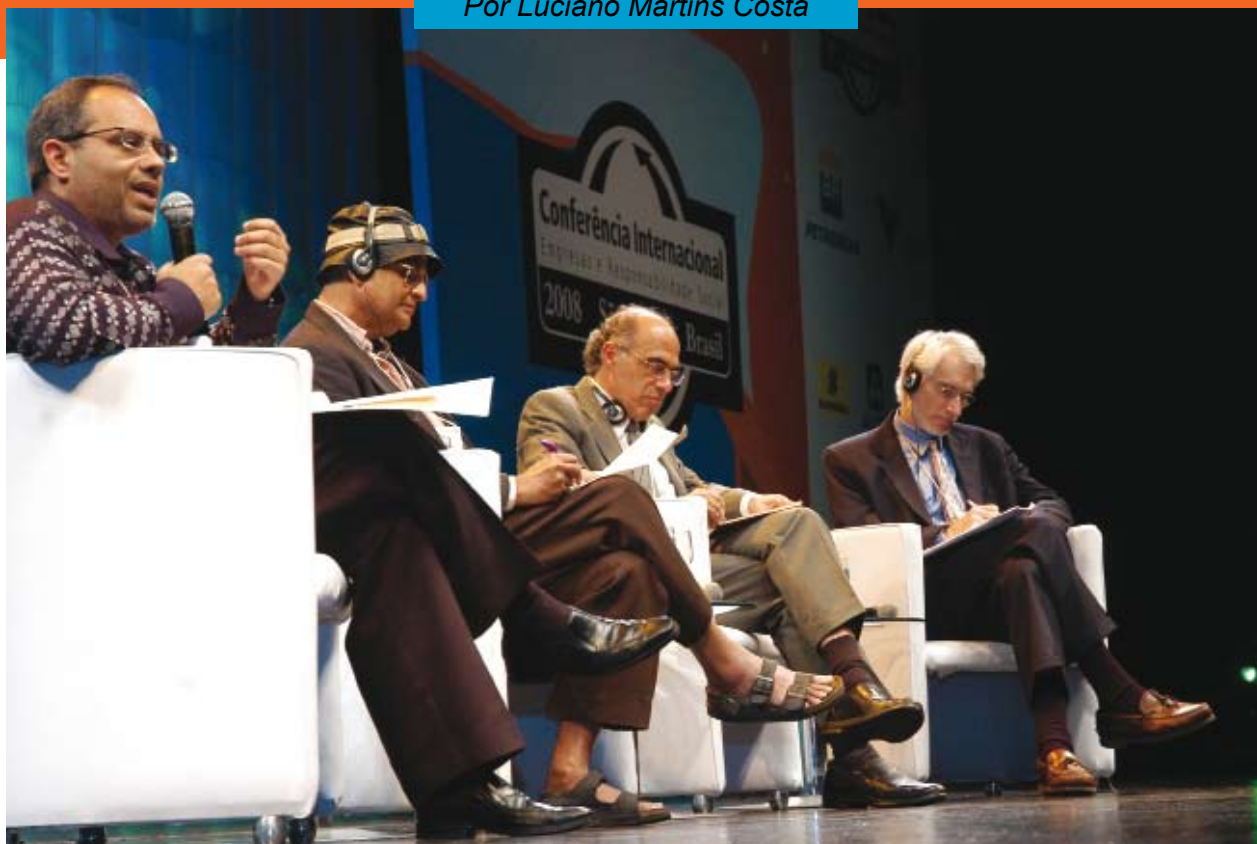
AV: Sim, e é preciso que a Amazônia esteja presente no núcleo duro do governo, como prioridade, para que os órgãos públicos se articulem para realizar esta empreitada. A falta de regularização fundiária é a origem de muitos conflitos na região. Esta regularização é condição para que o desenvolvimento local seja minimamente sustentável. Hoje a área regularizada na Amazônia é do tamanho do Estado de São Paulo, e precisa ser multiplicada por quatro.

IE: O novo ministro do Meio Ambiente, Carlos Minc, tem a visão desta urgência?

AV: Acredito que não. No entanto, a Marina deixou o governo em posição delicada. Ficou claro que o governo precisa da Amazônia sob o ponto de vista energético e de recursos naturais, mas não tem caixa nem vontade política para cuidar da Amazônia. O ministro Minc vai ter de colocar a região na pauta econômica e social. Nos próximos anos o desmatamento vai crescer, por pressão econômica dos preços das *commodities*, e o governo tem de ter um plano para enfrentar isto. E não adianta querer fazer na marra, tem de ser um plano que envolva os atores econômicos. Não existe uma solução mágica, a Amazônia não é um cenário de soluções únicas. Enquanto for mais barato desmatar do que usar áreas degradadas, a floresta vai ser arrasada.

Um exercício de sutilezas

Por Luciano Martins Costa



Lições de realidade para entender a economia sustentável (crédito: Claudia Perroni)

O físico indiano Amit Goswami, professor de física quântica da Universidade de Oregon, nos Estados Unidos, conhecido por seu livro *O Universo Autoconsciente*, foi o centro do debate na mesa redonda "Coesão Social e Sustentabilidade", na Conferência Internacional Ethos 2008. Sua tese sobre a irrealidade do universo sem a presença de uma consciência já inspirou filmes como os da série *Matrix* e vem provocando tempestades cerebrais no ambiente dos gestores e formuladores de estratégias de negócio e de políticas públicas. A mesa-redonda de que participou, ao lado de Carlos Lopes, subsecretário-geral da Organização das Nações Unidas (ONU), e de Allen White, co-fundador da Global Reporting Initiative (GRI), ofereceu um privilegiado momento para os participantes da Conferência.

A assertiva proposta pelo mediador do evento, Paulo Itacarambi, vice-presidente executivo do Ethos, segundo a qual não pode haver uma sociedade coesa, na qual as pessoas se sintam incluídas, quando há degradação de valores como honestidade, confiança, solidariedade e amor à vida, foi inicialmente formatada por Carlos Lopes em quatro aspectos que, em sua opinião, configuram o tecido social: a formação de redes humanas, o exercício do poder e os paradigmas éticos e morais.

Segundo Lopes, as redes sempre acompanharam a evolução do ser humano, inicialmente como forma de defesa para a sobrevivência do grupo, evoluindo posteriormente para o pertencimento tangido pela coerção moral. "Hoje", disse Carlos Lopes, "vive-se eminentemente a identidade individualista, sem coerção ou exclusão moral e isso é possível porque agora podemos escolher as redes às quais preferimos pertencer".

Quanto ao exercício do poder, ele destacou que o poder pela força evoluiu para o poder hierarquizado que se manifesta por critérios variados, observando que "atualmente estamos submetidos a formas assimétricas de poder que convivem com as antigas estruturas hierárquicas".

Nesse contexto, diz Lopes, ocorre uma tensão permanente entre o exercício da cidadania, com direitos e deveres no âmbito da sociedade, e a condição de consumidor, que se caracteriza pelo direito de escolhas em termos de bem-estar e expressão de poder. Quanto à questão ética, na análise do subsecretário da ONU, a mudança ocorre porque tanto a ética quanto a moral estão em constante evolução, conforme a capacidade da sociedade de se manter coesa. "Comportamentos competitivos colocam a ética em questão", acrescentou, exemplificando que hoje é mais valorizado o culto à celebridade do que à sabedoria.

Amit Goswami remeteu o debate às profundidades da filosofia que se fundamenta na física teórica ao enunciar que a consciência do indivíduo é o aspecto primário da coesão social. “Nossa sociedade está em grande perigo nestes tempos, porque os indivíduos se tornaram objetos”, observou. “As pessoas perseguem o sentido no mundo material e não há lugar para o sentido na matéria”, acrescentou. “Na matéria só existe realidade e é a consciência que dá sentido a ela”, completou. Goswami explicou que não se pode entender a física quântica sem consciência, pois, para a física, objetos são possibilidades. Portanto, a transformação de indivíduos em objetos significa sua permanência como possibilidades. “Pertencemos a uma sociedade quando perseguimos o mesmo sentido”, acrescentou, dizendo que a ruptura da coesão social não pode ser resolvida se os indivíduos não se engajarem na busca de sentidos comuns a todos.

Goswami ainda contestou a abordagem darwinista da evolução, observando que a teoria de Charles Darwin não explica como a consciência humana evolui de critérios simples de representação da realidade para formas mais complexas, ou “como criamos formas cada vez mais complexas para melhor representar o sutil, o sentido da realidade”. Hoje a evolução do ser humano se dá em miniprocessos de evolução da mente, acrescentou. Na sua opinião, não há remédio para problemas como o aquecimento global porque o dano está feito na realidade material. “A mente racional não pode resolver o problema. Precisamos de uma nova etapa da evolução, e há sinais de que ela está acontecendo”, observou, acrescentando que a ética precisa ser apresentada como uma nova ciência.

Allen White, co-fundador da GRI, procurou inserir o debate no ambiente do mercado. “Precisamos refazer nossas definições sobre o que a coesão social significa, do micro ao global”, afirmou, entre esses novos sentidos,

destacou a necessidade de o mercado aprender a valorizar o “Coesão social é construir sociedades capital social e o capital de valores. integradas, marcadas pela solidariedade e o amor”, acrescentou.

Alertando que, sem essa nova significação, a coesão social pode desmoronar por qualquer razão, White observou que “ultimamente temos visto a destruição da coesão social na África do Sul e, ao mesmo tempo, a demonstração de coesão social na China, diante da tragédia do terremoto”. Ilustrou, com isso, sua opinião de que a defesa do meio ambiente pode produzir coesão social acima de religiões, valores morais e cultura, mas a questão é que o mercado afeta a coesão social porque não enxerga as sutilezas: “Mercados são estruturas de troca de recursos conforme a oferta e a demanda”.

“O problema é que o mercado é fundamentalmente incapaz de valorizar o que não tem preço, e integridade, amor e respeito não têm preço”, acrescentou. “Quanto mais você consome amor, mais você produz amor, assim como respeito produz respeito”, numa lógica antagônica à do mercado, observou, encerrando com uma perspectiva otimista: “Muitas empresas estão dando passos para redefinir seus negócios em todo o mundo e isso pode ajudar a redefinir o capital para prover qualidade de vida e equidade”.

No debate que se seguiu, os três participantes convergiram para o conceito segundo o qual o mercado, tal como existe, não contribui para a coesão social. Fazendo a síntese das intervenções, Paulo Itacarambi colocou a questão em termos de uma contradição dentro do próprio movimento pela sustentabilidade:

“Estamos estimulando as empresas a se tornarem socialmente responsáveis para que sejam amadas por seus clientes. Mas será que esse trabalho não fortalece uma visão materialista? Quando buscamos integrar os impactos sociais, ambientais e econômicos, não estamos apenas pensando no valor material?”

Carlos Lopes ponderou que o espírito empreendedor do ser humano encontra na empresa uma das formas mais desenvolvidas de expressão, e é preciso mudar a natureza das organizações para enriquecer a forma como fazemos escolhas: “Tomamos decisões de forma fragmentada e individualizada”. Amit Goswami encerrou o debate observando que a maior parte da economia está oculta sob valores invisíveis. “Podemos incluir o sutil nos valores econômicos, representar nos negócios o capital social que todos têm, porque hoje grande parte da população humana está excluída do processo de elaboração de significados”.

À questão sobre se o movimento pela responsabilidade social não estaria oferecendo uma saída para o capitalismo, Allen White observou que as pessoas compram produtos para obter outra coisa – aquilo que Amit Goswami chama de “significados invisíveis” – como calor, comunicação, mobilidade, conforto, que são de fato os produtos finais. Sobre a especulação nos mercados de capitais e a falta de equidade na distribuição dos resultados da atividade econômica, White encerra a discussão: “As pessoas precisam simplesmente dizer não a certas práticas”.



Oficina levanta propostas para o combate à corrupção



A necessidade de transparência nas ações dos órgãos governamentais e empresas, punições mais rigorosas e efetivas nos casos de corrupção e a criação de canais para denúncias com preservação da identidade do autor. Estes foram os principais pontos de convergência nas propostas apresentadas pelos participantes da oficina “Práticas de Integridade e Combate à Corrupção para um Mercado Socialmente Responsável”, que aconteceu durante a Conferência Internacional Ethos 2008.

Esse trabalho teve como objetivo identificar as dificuldades que as empresas enfrentam e os riscos que sofrem na implementação do Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção nas Empresas, lançado em 2006, por iniciativa do Instituto Ethos, UniEthos, Patri Relações Governamentais & Políticas Públicas, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), o Escritório

das Nações Unidas Contra Drogas e Crime (UNODC) e o Comitê Brasileiro do Pacto Global. Atualmente, 472 empresas são signatárias do pacto contra a corrupção.

A oficina contou com mais de 170 participantes, tanto do setor público como do privado. Chamou a atenção dos organizadores a grande participação feminina, em torno de 85% dos presentes. Os resultados obtidos nessa atividade, juntamente com outras propostas vindas das outras oficinas realizadas na Conferência, serão publicados no portal do Instituto Ethos na internet e ficarão abertos durante os próximos meses para sugestões e colaborações. Dando continuidade ao trabalho iniciado pelo grupo que organizou a oficina, serão realizadas caravanas a vários Estados brasileiros, com o objetivo de levar essas propostas a outros fóruns para discussão e análise.

“A idéia é ouvir todos os envolvidos na criação de um novo cenário e de ferramentas para as empresas signatárias do pacto contra a corrupção, orientando-as sobre como desenvolver um trabalho de prevenção e apresentar essas mesmas propostas para os organismos que vão efetivamente implementá-las, como o Congresso Nacional e entidades de classe”, explicou Leonardo Machado, do Wal-Mart, um dos colaboradores do grupo de trabalho que coordenou o encontro.

A dinâmica da oficina foi baseada em nove pontos retirados do Pacto Empresarial pela Integridade e contra a Corrupção e dos Princípios Empresariais para Combater o Suborno, da Transparência Internacional. No roteiro de trabalho estavam as perguntas sobre as condições externas e internas que facilitam ou dificultam a aplicação dessas práticas nos locais de trabalho.

Os temas que despertaram maior interesse foram “presentes, hospitalidade e despesas” e “patrocínios e contribuições filantrópicas”. De acordo com Caio Magri, do Instituto Ethos, coordenador da oficina, esses assuntos tiveram preferência do público porque os funcionários correm um risco maior de passar por eles ou porque já existe uma política interna da empresa em relação a esses temas.

Em contrapartida, o tema “financiamento de campanhas políticas” teve a participação de apenas três pessoas. “Embora os dados do Tribunal Superior Eleitoral mostrem que bilhões de reais são destinados a campanhas políticas, esse tema não atraiu os participantes. Precisamos pensar nisto como um sinal”, comentou Magri.

A questão da ética e da transparência destacou-se em todas as propostas apresentadas, demonstrando que há um compromisso do setor privado com a promoção da integridade e do combate à corrupção. Em termo de ações de marco legal, a responsabilidade da pessoa jurídica também foi abordada. Os participantes mostraram-se preocupados com a atual legislação, que está frouxa nesse aspecto, segundo os relatos. Há necessidade de aplicação de penas mais duras contra pessoas jurídicas. Outra preocupação é quanto ao combate à impunidade, principalmente em relação à necessidade de aumentar o acompanhamento político da sociedade.

Outro ponto em comum foi a necessidade de criar canais para denunciar atos de corrupção, preservando-se a identidade do autor da denúncia. Esses canais poderiam estar presentes em comitês de ética nas empresas e órgãos públicos e dentro das associações de classe.

Luiz Otávio, conselheiro do PNBE e membro do grupo de trabalho que organizou a oficina, reforçou a importância desse tipo de encontro: “Quem vem aqui são pessoas interessadas em atuar em favor da redução da corrupção e do aprimoramento das práticas empresariais de integridade. Recebem informações, conhecimentos e outras experiências e saem daqui mais capacitadas a contribuir para melhorar o Brasil”.

Foi isso que Solange Araújo, do setor de Responsabilidade Social da Petrobras, foi buscar. “Um dos dez itens para criar sustentabilidade é o combate à corrupção. Eu vim com a intenção de conhecer mais e saber como atuar para acabar com o problema”, diz ela.

Vânia Vieira, coordenadora da Secretaria de Fiscalização e Controle do Controladoria Geral da União (CGU), acredita na possibilidade de as empresas adotarem as práticas propostas a partir desta oficina. “Agora o grande papel desta conferência, e do próprio Instituto Ethos, é disseminar ao máximo as idéias aqui apresentadas e apoiá-las, porque se percebe, às vezes, que as empresas ficam sem saber por onde começar”, argumentou Vânia. “As grandes empresas já sabem que têm o papel de influenciar as outras, de dar o primeiro passo e levar todo mundo com elas.”

Otimista, Leonardo Machado avaliou positivamente o resultado do encontro, uma vez que empresas grandes e pequenas, de diversos setores, trocaram idéias e experiências: “As propostas aqui apresentadas são um resumo daquilo que um dia irá acontecer na prática. Surgiram idéias que hoje podem talvez parecer sem sentido, inviáveis, até mesmo do ponto de vista jurídico, mas essa mudança de cenário é para um Brasil cada vez melhor no que diz respeito ao combate à corrupção. Essas idéias vão se concretizar um dia. E esse dia está próximo”.

Educar para servir a sociedade, e não para competir

Adquirir competências e conhecimentos pode contribuir para o desenvolvimento sustentável. Valores bem transmitidos auxiliam escolhas de vida bem-sucedidas. Mas para onde caminha o ensino público e privado no Brasil? É possível dizer que nossos filhos terão uma vida de qualidade apenas com o que lhes é transmitido nas escolas?

O painel “Educação para a Sustentabilidade”, da Conferência Internacional Ethos 2008, tocou a platéia pela importância e pela transversalidade do tema. “Que tipo de educação é essa pela sustentabilidade? É a educação vista como formal ou informal?”, questionou Oscar Motomura, presidente da Amana-Key.

“A vida real acontece no pátio da escola e o professor não tem a menor idéia do que está acontecendo lá”, comentou Motomura. É nas ações extracurriculares que muitos dos valores são transmitidos. Crianças e adolescentes trocam experiências, contam sobre as etapas dos *videogames* que ultrapassaram, comentam sobre a nova música de determinada banda, se conhecem e descobrem o seu espaço e o do outro. Nesses momentos, segundo Motomura, é certo que não há educadores acompanhando esses jovens. Mas, será que eles precisam ser acompanhados todo o tempo?

Motomura questiona: “Para que tipo de vida estamos educando nossos filhos? Para serem profissionais bem-sucedidos?” Ele acredita que formar alguém para tornar-se um ser humano de fato pode resolver, inclusive, a questão da sustentabilidade. “Competimos para ganhar cada vez mais, quando deveríamos competir para servir melhor a sociedade como um todo”, explica Motomura.

Para ele, cada um deve criar o seu próprio currículo. Afinal, “80% do que precisamos não vem da escola, mas



Crédito: Nelson Aguilár.

das nossas experiências de mundo e das nossas escolhas”. Mario Monzoni, coordenador do Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVCes), concorda com Motomura e acrescenta que é preciso criar “uma nova matriz de incentivos”, pela qual o jovem possa escolher seu caminho baseado em valores bem fundamentados.

Monzoni foi questionado pelo moderador do painel, Oded Grajew, presidente do Conselho Deliberativo do Instituto Ethos e integrante do Movimento Nossa São Paulo, sobre o que faria se fosse diretor da FGV. Espirituoso, Monzoni respondeu com uma pergunta para Grajew: “O que você faria se fosse ministro da Educação?”. Sem hesitar, Grajew respondeu que obrigaria todos os políticos, fossem eles prefeitos, vereadores, governadores ou o presidente da República, a colocar seus filhos em escola pública. E completou: “Talvez assim a grade das escolas passasse a contar com disciplinas alinhadas com a educação para a sustentabilidade”.

O GVCes conseguiu introduzir o tema da sustentabilidade em seus cursos. “Mas temos ainda alguns desafios. Um deles é atender a demanda, que surgiu recentemente. Há muita gente interessada nos cursos, mas com expectativas diferentes.

Alguns procuram o GVCes para aprender a elaborar cronogramas, planilhas e, com isso, resolver os dilemas da sustentabilidade, como se fosse possível encontrar a solução para isso nos gráficos”, explica. Por outro lado, existe a oferta, na qual o GVCes alicerça sua missão, que é a de disseminar a educação pela sustentabilidade.

Segundo Monzoni, as mulheres estão em maioria nos cursos que focam a sustentabilidade. “O olhar e a sensibilidade delas são importantes no cenário atual. O processo de transformação tem dois eixos: um que gera progresso tecnológico, e é mais racional, e outro que gera valores, e leva às transformações de qualidade. A mulher nesse cenário é essencial”, afirmou Monzoni.

O mundo dos negócios

A educação no mundo dos negócios também teve espaço no debate. Jane Nelson, diretora do Centro de Iniciativa para Responsabilidade Social Empresarial, da Universidade de Harvard, afirma que a educação dos líderes é um desafio real na comunidade empresarial e nas escolas de negó-

cios. Ela sugere tirar os executivos dos escritórios e mostrar outras realidades. “Trabalhos voluntários em comunidades trazem muito aprendizado e sensibilização para os executivos. Resolver desafios sociais e ser parte da comunidade é ótimo para a formação de lideranças mais comprometidas”, afirma. Jane acredita que deveriam ser obrigatórias as disciplinas focadas na sustentabilidade, mas assume que a tarefa é difícil. Segundo ela, ainda há muitas discussões sobre empreendedorismo e inovação. “Mas é preciso dar espaço aos jovens para que eles possam inovar de verdade. Inovar em processos, criar sistemas de trabalho mais responsáveis, buscar lideranças interfronteiras, ampliar o papel da universidade e uni-la ao mundo dos negócios.”

Jane discriminou alguns itens prioritários quando o assunto é educação para a sustentabilidade. Um deles é que funcionários e executivos devem ser induzidos a pensar com criatividade e inovação. O ambiente interno da empresa deve ser aprimorado para tornar-se um local mais saudável. Jane finalizou dizendo que a educação é fundamental para a sociedade sustentável e justa que tanto desejamos.

Os privilégios e os desafios brasileiros na questão energética

A matriz energética brasileira é privilegiada em relação a outros países, mas ainda é preciso desenvolver tecnologia e educar os consumidores, entre os quais as empresas e o governo, para um consumo mais consciente de energia. Essas foram as conclusões do painel “Gestão Sustentável da Produção e do Consumo de Energia”, na Conferência Internacional Ethos 2008.

Segundo David Zylbersztajn, diretor da DZ Negócios com Energia, em qualquer situação, a energia, seja limpa ou renovável, representa degradação para o meio ambiente. Na verdade, de acordo com Zylbersztajn, “não existe uma energia 100% limpa”. A vantagem do Brasil é a possibilidade de utilizar alternativas renováveis, como biomassa, sol e vento, para produzir energia de qualidade, ressalta o diretor da DZ.

Um dos problemas que o país enfrenta é a centralização da produção de energia elétrica, principalmente levando em conta a extensão territorial e a distribuição da população, con-

centrada nas regiões Sudeste e litorânea. “Não tem muito sentido a energia ser produzida na região Norte para ser consumida no Sudeste”, afirma Zylbersztajn.

O ideal é que a produção ocorra de forma descentralizada, na opinião do professor Marco Antonio Saidel, do Departamento de Engenharia de Energia e Automação Elétrica da Escola Politécnica da USP. “Mas, para que isso ocorra, é preciso resolver entraves burocráticos para, por exemplo, instalarmos chuveiros aquecidos por energia solar. Naturalmente alguns perderão com a descentralização, já que, caso isso ocorra, as hidrelétricas ou termelétricas terão uma demanda menor”, observa o professor. Outro entrave à expansão de uma produção descentralizada, como o uso de aquecedores solares de água, é a atual legislação brasileira. “Será necessária uma lei que regulamente o uso e a ocupação do solo, porque, se eu instalar na minha residência o aquecedor solar e um prédio for construído ao lado, obstruindo a luz do sol, terei problemas”, explica Saidel.

O americano Titus Brenninkmeijer, fundador da Solgenix – Solar Power to the People, também acredita que descentralizar é a melhor saída. Ele observa que,



Zylbersztajn: o Brasil leva vantagem por ter muitas alternativas em energias renováveis (crédito: Nelson Aguilar)

especialmente no caso de zonas rurais, é muito mais barato, a longo prazo, instalar a energia solar do que a elétrica.

Mas, de acordo com Marco Antonio Saidel, simplesmente mudar as fontes ou as formas de produzir energia não é suficiente. “Fazer a transição para fontes renováveis requer uma mudança institucional e gerencial, tanto para os governos como para as empresas. Isso implica também avaliar como é usada essa energia”, sugere Saidel. Para ele, é preciso investir e ampliar as pesquisas na área de tecnologia para aumentar a produção de energia elétrica sem causar mais impactos ao meio ambiente.



Falta capacitação aos empreendimentos de economia solidária (crédito: Claudia Perroni)

Empresas precisam ajudar a combater a pobreza incentivando a economia local

O mercado socialmente responsável está engatinhando. Para crescer, fortalecer-se e caminhar sozinho precisará contar não apenas com o apoio das empresas, mas também com políticas públicas específicas. Esse foi o panorama da oficina que tratou do tema “Contribuições das Empresas no Combate à Pobreza”, realizada na Conferência Internacional Ethos 2008.

A oficina foi organizada pelo Grupo de Trabalho Responsabilidade Social Empresarial e Combate à Pobreza, resultado de uma parceria entre a Fundação Avina, a Fundação Banco do Brasil, o Instituto Ethos, a ICCO, a Unisol e a Unitrabalho. Criado em 2003, seu objetivo é estabelecer uma relação clara entre a responsabilidade social empresarial e o combate à pobreza, além de construir estratégias, metodologias e caminhos para a ação.

Nesses cinco anos de atuação, o GT empreendeu esforços e iniciativas focados na geração de trabalho e renda nas regiões Norte e Nordeste do Brasil, realizando paralelamente um trabalho

de conscientização e co-responsabilização das empresas, a fim de envolvê-las nas possíveis soluções integradas que apontam decisivamente para o combate à pobreza.

Na primeira parte da oficina, foram discutidas as dificuldades e oportunidades para a transformação da economia local. Alguns representantes das organizações do GT apresentaram desafios nas áreas de comercialização, capital de giro, governança da cadeia produtiva, gestão e assistência técnica.

O desafio da falta de profissionalização e formação técnica dos gestores dos empreendimentos de economia solidária (EES) estava presente nas falas de todos os palestrantes. “Mas essa dificuldade resulta de escolhas malfeitas no Brasil ao longo de toda a nossa história”, aponta o coordenador do GT, Marcus Fuchs, representante da Fundação Avina no Brasil para o Sudeste e o Distrito Federal. De acordo com ele, desde o início da colonização o Brasil fez a escolha de possibilitar direitos humanos a uma parte da sociedade, e não a todos. “A consequência é que hoje não temos tantos empreendimentos solidários capacitados para as parcerias com as empresas”, afirma.

Francisco Mazzeu, diretor nacional da Rede Unitrabalho, acredita que esse problema poderia ser visto como uma oportunidade. “Quando os EES apresentam um produto que não tem qualidade ou não atende

à demanda, em vez de a empresa excluí-lo, ela poderia ajudar o empreendimento a preparar-se para atender a demanda”. O desafio está justamente em fazer as empresas enxergarem a oportunidade para desenvolver esse novo mercado. “Enquanto os EES apenas venderem matéria-prima, poderão sair da miséria, mas não da pobreza”, diz.

Entre as vantagens da parceria entre empresas e os EES, destaca-se a confiabilidade do negócio. “Pela própria natureza do empreendimento, a empresa acaba por adotar práticas de responsabilidade social”, explica Mazzeu.

Após a apresentação dos desafios, os 74 inscritos na oficina, divididos em grupos, elaboraram uma série de propostas para contribuir com a criação de um mercado sustentável. Tais propostas se somaram aos resultados de todas as outras oficinas, painéis e mesas-redondas realizadas durante a Conferência e ficarão disponíveis para consulta pública no portal do Instituto Ethos.

Comunicação é fundamental para conscientizar o consumidor

Conscientizar os funcionários da empresa sobre a importância de se tornarem agentes multiplicadores de transformação da sociedade pelos seus atos de consumo. Esse foi o conceito no qual se baseou o trabalho na oficina “Envolvendo o Consumidor na Construção de um Mercado Socialmente Responsável”, organizada pelo Instituto Akatu durante a Conferência Internacional Ethos 2008.

Os 150 participantes da oficina discutiram sobre três desafios: como a empresa pode contribuir para que o consumidor compreenda o que é responsabilidade social empresarial e perceba que esse é um processo de aprimoramento contínuo; como prover o consumidor com informações confiáveis quanto às práticas de RSE; e como criar um canal de mão dupla para que o consumidor comente e faça sugestões sobre as práticas de RSE das empresas. Cada foco foi inserido em três eixos de atuação: a empresa, o setor econômico e o governo.

“Nossa idéia geral nesta oficina é mudar o patamar qualitativo e quantitativo do relacionamento entre a empresa e o consumidor, sob a ótica da responsabilidade social, na cons-

trução de um mercado socialmente responsável”, disse Helio Mattar, presidente do Instituto Akatu, que apresentou aos participantes os resultados da pesquisa *Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro 2008*.

Segundo Mattar, a pesquisa constatou que o brasileiro ainda não é ativo na mesma proporção do seu interesse declarado no sentido de buscar informações a respeito das empresas, e a maioria revela um “interesse desinformado”. Ou seja, o consumidor quer saber sobre práticas empresariais de responsabilidade social, mas não sabe onde encontrar informações a respeito delas nem transforma seu interesse em ação. “Precisamos conscientizar o consumidor do seu papel na construção da transformação social para um mundo sustentável”, afirma.

Entre as propostas apresentadas pelos participantes, destacaram-se ações de comunicação educativa, para que as pessoas compreendam melhor o que é responsabilidade social empresarial. “As empresas têm canais de comunicação intensos por meio dos produtos e funcionários. Então, a melhor maneira de educar o consumidor para o consumo

consciente é usar uma comunicação eficiente”, avalia Aron Belinky, consultor do Instituto Akatu.

Por conta das boas idéias que surgiram e da interação entre os participantes, Helio Mattar sugeriu a criação de um grupo de trabalho autogerido para detalhar e operacionalizar as propostas discutidas na oficina. “Precisamos levar adiante essas idéias para realizarmos uma mudança cultural e construir uma sociedade sustentável”, explica ele.

As propostas da oficina, assim como todas as outras elaboradas por outras atividades da Conferência, ficarão disponíveis para consulta pública no portal do Instituto Ethos.



Empresas devem usar melhor os canais de comunicação estabelecidos por seus produtos e funcionários (crédito: Claudia Perroni)

O papel das empresas na construção de cidades sustentáveis



Ações do Movimento Nossa São Paulo foram a base da oficina (crédito: Claudia Perroni)

A oficina “Contribuição das Empresas para o Desenvolvimento de Cidades Sustentáveis”, na Conferência Internacional Ethos 2008, foi inspirada pelo trabalho do Movimento Nossa São Paulo, uma ONG que reúne mais de 400 organizações da sociedade civil e pretende contribuir para transformar São Paulo em uma cidade mais segura, saudável, bonita, solidária e democrática.

“Tomando como base as lições aprendidas pelas empresas que participam do Movimento Nossa São Paulo, a idéia é criar modelos de exemplaridade e de sustentabilidade”, explica o idealizador do Movimento Nossa São Paulo, Oded Grajew. Tereza Cristina Rosa, coordenadora da oficina, acrescenta que “nosso principal objetivo é gerar um conjunto de propostas de regulamentação, auto-regulação e ações de governo em favor de cidades justas e sustentáveis”.

Tereza enumera o que uma cidade deve ter para ser considerada sustentável: equidade social, com trabalho para todos e distribuição de renda correta, boa mobilidade urbana, nível de segurança adequado e boa qualidade ambiental.



A oficina contou com 250 participantes, que tinham a missão de elaborar propostas em onze áreas temáticas: assistência social; meio ambiente; trabalho e renda; transporte e mobilidade urbana; segurança; saúde; orçamento; cultura; educação; esporte; e habitação. As propostas apresentadas ficarão disponíveis no portal do Instituto Ethos para consulta pública. Veja algumas das sugestões dos participantes da oficina como formas de contribuição das empresas para o desenvolvimento de cidades sustentáveis:

Educação:

- Construir um selo de certificação de “Empresa Educadora”.

Meio Ambiente:

- Avaliar os impactos ambientais de seus produtos e processos produtivos.

Trabalho e Renda:

- Capacitar funcionários, familiares e a comunidade do entorno da empresa para geração de renda.

Transporte e Mobilidade Urbana:

- Oferecer transporte coletivo aos colaboradores;
- Incentivar a “carona amiga” entre os funcionários;
- Implantar bicicletário na empresa.

Sustentabilidade na floresta passa pela atuação das empresas



Na Amazônia, é necessário investir nas capacidades locais, em infra-estrutura e em tecnologia (crédito: Claudia Perroni)

Preocupações com o avanço da fronteira da Amazônia, marcado pela degradação dos recursos naturais, a violência e o crescimento econômico rápido, porém não sustentável, envolveram as conversas da oficina “Contribuição das Empresas para a Sustentabilidade da Amazônia”, realizada na Conferência Internacional Ethos 2008. A partir de três questões temáticas sugeridas pelos organizadores, grupos de representantes de algumas das mais importantes empresas do Brasil reuniram-se para propor soluções e ações em diversas frentes para a sustentabilidade da região.

Na temática da “Gestão e Inovação”, foram sugeridas ações para as empresas ali atuantes, como políticas necessárias e leis específicas tanto para a proteção como para o incentivo de práticas sustentáveis. Um grupo de jornalistas participantes destacou a necessidade de se articularem tecnologias de informação como instrumentos de integração entre a Amazônia e o restante do Brasil, a fim de quebrar os efeitos do isolamento da região.

Em relação ao tema “Regularização Fundiária, Infra-Estrutura e Logística”, surgiram idéias como a regularização comunitária, com conselhos de vizinhanças com autonomia para aprovar a compra e a venda de terras. O limite da compra de terras por estrangeiros também foi considerado, além de idéias como orçamento participativo, integração dos municípios, parcerias público-privadas e, novamente, aspectos ligados à necessidade de comunicação entre as localidades da região e o restante do país.



Por fim, na discussão do tema “Mercado e Financiamento”, ficou evidente a necessidade de investimento nas capacidades locais, potencializadas pela ampliação da infra-estrutura e por novas tecnologias. Outro ponto importante na conversa foi a necessidade de se criar uma diferenciação para o consumidor dos produtos oriundos da Amazônia Legal, considerando para isso toda a cadeia de produção e materiais utilizados. A opção de associação às redes de distribuição já existentes foi apontada como facilitador no alcance de escala de venda dos produtos. As propostas e sugestões dessa e de todas as oficinas da conferência ficarão abertas para consulta pública no portal do Instituto Ethos.



O bom negócio de investir em programas sociais que reduzem a criminalidade

“Os recursos necessários para evitar um crime por meio do sistema prisional são 30 vezes maiores do que tentar evitá-lo por meio de um programa preventivo”. A afirmação é do pesquisador Cláudio Beato, coordenador geral do Centro de Estudos da Criminalidade e Segurança Pública (Crisp) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), feita em palestra apresentada na Conferência Internacional Ethos 2008.

Em sua exposição, Beato mostrou os resultados do Programa de Controle de Homicídios Fica Vivo!, que tem como objetivo reduzir o número de homicídios favorecendo a organização comunitária e dos jovens que vivem em áreas carentes. O trabalho mobiliza jovens entre 12 e 24 anos das comunidades em oficinas educativas, culturais e profissionalizantes e conta com o patrulhamento ostensivo feito pelo Grupamento Especializado em Policiamento de Áreas de Risco (Gepar), da Polícia Militar de Minas Gerais.

O pesquisador da UFMG procurou sensibilizar os empresários a investir em programas semelhantes ao Fica Vivo, argumentando que, dos

R\$ 92 bilhões gastos anualmente com a segurança pública no Brasil (cerca de 4% do PIB), o maior custo recai sobre o setor privado, que é obrigado a desembolsar R\$ 60 bilhões por ano, dos quais R\$ 14 bilhões consumidos apenas com o aparato de segurança privada. Do total gasto pelo setor público (R\$ 32 bilhões), cerca de R\$ 28 bilhões são investidos apenas no aparato repressivo. “Não estamos contabilizando aí as perdas diretas decorrentes da criminalidade, que chegam a R\$ 9 bilhões, e a perda de capital humano”, observa Beato.

O Programa Fica Vivo atende hoje 15 mil jovens e tem um orçamento de apenas R\$ 18 milhões por ano. Mesmo assim, conseguiu reduzir em 20% o número de homicídios nas regiões em que foi implantado. Por meio do programa, os jovens recebem apoio social e oportunidades de profissionalização, bem como lazer, educação e cultura. Além disso, são feitas também intervenções estratégicas com ações conjuntas de órgãos ligados à segurança pública, como o Ministério Público, a Polícia Civil e a Polícia Militar.

Reforçando os elos da cadeia de valor

A mais concorrida das oficinas da Conferência Internacional Ethos 2008 – “Mecanismos para Implantar a Responsabilidade Social Empresarial na Cadeia de Valor” – demonstrou o empenho dos participantes em encontrar soluções para implementar práticas que incluam todos os atores envolvidos em seus negócios. Interessados em levar de volta para suas empresas a experiência vivenciada na oficina, eles deixaram o Palácio das Convenções do Anhembi com a mesma energia que perpassou toda a conferência: a certeza de que a sociedade está cada vez mais ansiosa em dar sua contribuição para a construção de um Brasil socialmente mais justo e ecologicamente sustentável.

O trabalho em grupo se espelhou na experiência bem-sucedida do Programa Tear – Tecendo Redes Sustentáveis, promovido pelo Instituto Ethos e pelo Fundo Multilateral de Investimento (Fumin) do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Além da metodologia, a oficina compartilhou os objetivos do Tear, que são aumentar a competitividade e a sustentabilidade das pequenas e médias empresas (PMEs), ampliando suas oportunidades de mercado e contribuindo para o desenvolvimento do país.

A oficina aconteceu em duas fases. Na primeira, durante o período da manhã, após a contextualização de cadeia de valor, os participantes foram instados a trazer esse conceito para 2008 e também a ampliar os significados de valor, integrando os aspectos econômicos, sociais e ambientais. Também refletiram sobre a importância de alternar o conceito de linearidade com o de circularidade: imaginar situações em que o “pega-faz-descarta” possa ser substituído pelo “pede emprestado-usa-devolve”.

Como demonstração de que o consumidor está mais politizado em seu papel de cidadão agente de mudanças, foi citada uma iniciativa espontânea de leitores de um grande jornal brasileiro. A empresa passou a receber de volta o saco plástico em que acondiciona os exemplares para que descarte de forma adequada esse passivo ambiental. Incomodados em abrigar em casa tantos sacos plásticos, os assinantes passaram a juntá-los e a devolvê-los ao entregador no final do mês.

Reunidos em grupos, os participantes elegeram os seguintes temas para discutir na segunda parte da oficina, à tarde:

- 1) ciclo de vida do produto/logística reversa;
- 2) trabalho decente (condições de trabalho, trabalho infantil, trabalho forçado e liberdade de associação);
- 3) ética, transparência e valores nas relações comerciais/coerência entre discurso e prática/práticas anti-corrupção;
- 4) gestão dos impactos ambientais (emissão, resíduos, descarte, impacto na biodiversidade e nas florestas e agrobusiness);
- 5) inclusão social/ base da pirâmide/distribuição de renda;
- 6) educação/disseminação da sustentabilidade na cadeia de valor/transferência de tecnologia;
- 7) gestão dos impactos sociais (terceirização e exploração sexual de crianças);
- 8) preço justo/equilíbrio entre todos os elos da cadeia/incentivos a produtos sustentáveis.

O contagiante comércio justo

Antes de se reunirem em mesas, para aprofundar a discussão de cada um dos oito temas, os grupos assistiram a uma palestra de Beat Grüninger, um dos responsáveis pela implantação do comércio justo (*fair trade*) no Brasil. Ele demonstrou como é possível incluir pequenos produtores na rota da exportação, trazendo ganhos econômicos para todos.

Grüninger expôs todos os caminhos e dificuldades que o café brasileiro Bom Dia, produzido por cooperativas e associações de agricultores, trilhou antes de chegar às gôndolas das lojas Wal-Mart nos Estados Unidos. “O café é a segunda maior *commodity* do mundo, só perdendo para o petróleo. O grande



Oficina inspira participantes com os conceitos e as experiências do Projeto Tear (crédito: Luciana Machado)

desafio era garantir um preço mínimo para esses pequenos produtores, sem condições de arcar com os preços baixos praticados em momentos de crise”, explicou.

Essa vulnerabilidade diante das flutuações de mercado foi vencida com o estabelecimento de um preço mínimo fixo que garante a cobertura dos custos de produção, além de um extra para cobrir outras despesas com o negócio.

Graças aos princípios de comércio justo, que vem beneficiando também a exportação do suco de laranja brasileiro, 10 mil produtores de café de todo o mundo, com destaque para os do Peru e do México, conseguem se fazer presentes em 40 mil pontos de venda nos Estados Unidos, o maior mercado de comércio justo.

Grüninger reforça os “altos critérios sociais” que norteiam o comércio justo, responsável por capacitar comunidades marginalizadas no mercado também em manejo sustentável. “Há dez anos, quando começamos no Brasil, os produtores dispunham apenas de um galpão improvisado e uma balança. Hoje, a cooperativa tem sede própria e os filhos dos produtores já freqüentam universidade”, relata.

Assumindo responsabilidades

Para cada um dos temas, as mesas que reuniram os participantes em grupos propuseram ações específicas que podem ser amplificadas tanto por políticas públicas quanto por medidas simples e de ação imediata.

A mesa sobre inclusão social, por exemplo, sugeriu que as empresas se imponham cotas para a contratação de pequenos fornecedores e que também os ajudem a se organizar em cooperativas e associações.

A mesa que discutiu preço justo teve a idéia de criar um banco de fornecedores setoriais ao qual as empresas possam recorrer, sabendo que, na etapa de qualificação, eles se submetem a parâmetros ambientais. Outra proposta bem recebida foi a de criar incentivos financeiros de premiação para os funcionários da área de compras – uma das mais pressionadas pela empresa –, atrelados à escolha mais “sustentável” dos fornecedores.

A mesa sobre trabalho decente sugeriu a criação de uma “lista suja” de denúncia de questões relacionadas a práticas trabalhistas impróprias, semelhante à que já existe relacionando as empresas que utilizam mão-



Beat Grüninger fala sobre comércio justo

de-obra em condições semelhantes à de escravidão.

Em todos os grupos ficou clara a necessidade de investir em ações educativas pontuais e amplificadas para informar e conscientizar os envolvidos na cadeia de valor sobre os problemas que geram ou que precisam combater.

Essa campanha de esclarecimento foi a solução proposta pela mesa que discutiu a gestão dos impactos sociais. O relator Leonardo Andrade, analista de Responsabilidade Social da Ceva Logistics, afirmou que a oficina vem em direção ao que ele acredita como essencial “para o crescimento orgânico e forte” da responsabilidade social empresarial. “Minha empresa dispõe de 20 caminhoneiros próprios e 200 autônomos. Sabemos que os caminhoneiros são os maiores usuários da prostituição de adolescentes. Tenho a convicção de que só uma ação educativa pode diminuir essa exploração”, explica.

Já Patrícia Guimarães, da diretoria de Administração do Banco do Estado de Santa Catarina, estava preocupada com o impacto causado pelas empresas terceirizadas contratadas pelo banco, de economia mista, regido pela mesma legislação das estatais. “Ainda somos obrigados a contratar quem tem o menor preço. A Lei n. 8.666, das licitações, nos impõe essas amarras. Só podemos exigir que o fornecedor não tenha trabalho escravo e não contrate crianças”, explica. Ela saiu de lá com a convicção de que toda a empresa tem enorme responsabilidade sobre cada elo de sua cadeia de valor.

As propostas da oficina estarão disponíveis para consulta pública no portal do Instituto Ethos e serão levadas para discussão com associados do Ethos em outros Estados a partir do mês de agosto.

Troca de acusações esquenta debate sobre emissões de poluentes

De quem é a responsabilidade pelo não-cumprimento da Resolução 315 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), publicada em 2002, que promete tornar mais limpo o ar das grandes cidades brasileiras?

Essa pergunta esquentou o debate na mesa-redonda “Desafio Intersectorial para a Gestão Sustentável das Emissões”, realizada na Conferência Internacional Ethos 2008, com a participação de Frederico Kremer, gerente de Desenvolvimento de Produto da Petrobras, de Eduardo Jorge, secretário de Meio Ambiente do Município de São Paulo, de Henry Joseph Jr., presidente da Comissão de Energia e Meio Ambiente da Anfavea, de Guilherme Wilson da Conceição, gerente de Operações da Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro (Fetranspor), e de Carlos Eduardo Prado, representante da Associação dos Postos de Combustíveis do Estado de São Paulo. A mediação da mesa-redonda foi feita pelo jornalista Milton Jung, da rádio CBN.

Lei *versus* realidade

A resolução do Conama estabelece limites máximos de emissão de poluentes pelos motores de veículos pesados, como caminhões e ônibus. Para solucionar o impasse atual, seria preciso que o diesel vendido nos postos de combustíveis a partir de janeiro de 2009 tivesse a concentração máxima de enxofre de 50 ppm (partes por milhão). Mas, para que esse diesel pudesse estar disponível nos postos, a Agência Nacional de Petróleo (ANP) deveria definir suas especificações técnicas, a Petrobras deveria produzi-lo e os fabricantes de veículos a diesel deveriam desenvolver motores adequados para ele.

Só que, quando esses três atores resolveram entrar em cena, no final do ano passado, já era tarde demais. Em janeiro de 2009, ônibus e caminhões muito provavelmente continuarão a consumir o velho diesel com teor de enxofre de 500 ppm, nas regiões metropolitanas, ou de 2.000 ppm, no interior do país.

Empurra-empurra

O secretário Eduardo Jorge abriu o debate acusando a ANP, a Petrobras e a Anfavea de praticarem uma verdadeira “conspiração” contra a saúde pública e o meio ambiente. “É um absurdo o descaso das autoridades com esse assunto, pois não existe risco maior para uma região metropolitana do que o da poluição do ar, que tira meio ano de vida dos jovens e três anos dos idosos”, disse ele, citando estudos realizados sobre o impacto da poluição urbana na saúde humana.

A resolução do Conama foi publicada em 2002, mas cinco



Crédito: Cláudia Perroni

longos anos se passaram até que a ANP definisse as especificações técnicas do diesel com teor de enxofre de até 50 ppm, o que só aconteceu em outubro de 2007. Enquanto isso, a Petrobras não desenvolveu o diesel mais limpo nem os fabricantes de ônibus e caminhões adaptaram os veículos para funcionar com esse combustível. Todos esperaram sentados que os outros começassem a se mexer, e agora sobram acusações.

Frederico Kremer, representante da Petrobras, culpou a ANP pelo atraso na produção do diesel limpo, explicando que, para produzi-lo, a empresa necessitava receber suas especificações, o que não aconteceu até outubro do ano passado. Apesar disso, garantiu que, mesmo sem essas informações, a empresa investiu no desenvolvimento do produto e pretende fornecê-lo até o início do próximo ano, mas em quantidade suficiente para atender a apenas 8% da frota de veículos novos, cujos motores já estejam adequados ao novo diesel.

O representante da Anfavea, Henry Joseph Jr., também admitiu que os fabricantes de veículos estão atrasados na adequação de seus motores para o uso do novo combustível. Dessa vez, a culpa foi para a Petrobras, que não teve, até recentemente, condições de fornecer o combustível necessário para os testes. Segundo ele, as empresas necessitam de pelo menos quatro anos e meio para desenvolver os componentes para os veículos movidos pelo diesel limpo.

Apesar disso, Joseph assegurou que desde 2007, quando a Petrobras começou a fornecer o novo diesel para testes, os fabricantes estão trabalhando nos novos motores, os quais chegarão ao mercado ainda no segundo semestre deste ano, a bordo dos veículos modelo 2009.

Outra dificuldade que o diesel limpo deverá enfrentar assim que chegar ao mercado é a distribuição. De acordo com Carlos Eduardo Prado, representante dos postos de combustíveis, 90% dos estabelecimentos – os que estão situados em área urbana – possuem apenas um tanque destinado ao óleo diesel. Acontece que os dois tipos de diesel não podem ser

misturados. Portanto, a maioria dos postos só poderá fornecer o combustível mais limpo no momento em que a oferta permitir a substituição total do diesel antigo.

Na ponta do usuário, Guilherme Wilson da Conceição, gerente de Operações da Fetranspor, acredita que não haverá problema. Segundo ele, as empresas de transporte estão dispostas a começar a adequação de suas frotas assim que os modelos preparados para o diesel limpo chegarem ao mercado.

Pelo menos um dos setores envolvidos não reclama nem tenta mudar a lei para adaptá-la aos fatos consumados em

lugar de cumpri-la. Para explicar os inexplicáveis cinco anos de inação dos principais responsáveis por oferecer um diesel mais limpo, que ajudará a reduzir a poluição nas grandes cidades, o secretário Eduardo Jorge recorreu a uma metáfora futebolística: “Não é possível um time com um ataque poderoso como esse – ANP, Petrobras e Anfavea – não conseguir fazer gol. O trio ganhou tempo para ganhar dinheiro”.

Se, ao final, não se chegou a um consenso, ficou a coragem do enfretamento no debate.

Ethos lança campanha publicitária em comemoração a seus 10 anos



Como juntar um tema denso como a responsabilidade social empresarial a uma linguagem que combine a reputação do Instituto Ethos com a urgência e a seriedade das medidas a serem implementadas? O publicitário Percival Caropreso, da agência Setor 2 ½, encarou esse desafio e apresentou, durante a cerimônia de abertura da Conferência Internacional 2008, a campanha publicitária comemorativa dos 10 anos de trajetória do Ethos.

“Não queríamos correr o risco de cair no piloto automático e nos tornar nostálgicos ou ufanistas”, explica. A saída foi recorrer à estratégia de reconfirmar o papel da entidade de disseminar práticas, propor perspectivas e abrir frentes e caminhos para que as empresas possam construir uma sociedade mais sustentável. “Mais do que falar de feitos, quisemos falar do que temos para fazer”, considerou Caropreso, ao traduzir os objetivos de comunicação do instituto.

No logo comemorativo, os 10 anos estilizados em espiral representam a força motriz do “estar sempre em movimento” e aparecem em todas as peças. O conteúdo foi baseado nos princípios da *Carta da Terra* – escolhida, segundo o publicitário, porque “resume de maneira humana e bonita tudo o que a sociedade, as empresas e nós temos de fazer para tornar o mundo mais justo”.

As peças criadas não repetem apenas os “mandamentos”

da *Carta da Terra* – como defender os direitos de todos, cuidar da terra, do nosso lar, ou erradicar a pobreza –, mas facilitam a vida de quem se propuser a cumprir essas metas ao ensinar o caminho das pedras com iniciativas práticas e concretas. “Há uma listagem de recomendações reescritas à luz da gestão responsável e sustentável”, esclarece Percival Caropreso.

Em um dos anúncios, por exemplo, o trecho da *Carta da Terra* citado diz: “Erradicar a pobreza como um imperativo ético, social e ambiental”. Abaixo, segue uma lista do que a empresa pode fazer em relação a esse tema:

- realizar censo interno e na cadeia de valor sobre diversidade e equidade;
- estabelecer metas de equidade e diversidade;
- promover diálogos sobre preconceitos e discriminação;
- desenvolver projetos que promovam educação e saúde para os filhos dos trabalhadores;
- empregar e capacitar trabalhadores com baixo nível de qualificação;
- implementar programas de suplementação de renda para famílias com crianças e jovens em idade escolar;
- influenciar fornecedores para ações práticas de combate ao trabalho infantil; e
- participar de programas como o de apoio à merenda escolar, o de educação alimentar e o de combate à fome.

Agronegócio assume compromisso público pelo desenvolvimento sustentável

O Instituto para o Agronegócio Responsável (Ares) lançou, durante a Conferência Internacional Ethos 2008, o Manifesto em prol do Desenvolvimento Sustentável, com o objetivo de tornar público seu compromisso com as causas socioambientais e, assim, dar elementos para a sociedade cobrar das empresas o cumprimento do que está no papel.

O instituto, que foi lançado há seis meses, é formado por 20 entidades que representam as mais diversas cadeias produtivas ligadas direta ou indiretamente ao agronegócio brasileiro. O maior desafio do Ares é chegar a um denominador comum, já que são entidades com interesses divergentes. "O manifesto é fruto das discussões internas do instituto e informa ao público as etapas vencidas desse diálogo e o nosso comprometimento com um desenvolvimento economicamente próspero, mas de forma socialmente justa", explica Roberto Waack, presidente da Amata e integrante do Conselho Deliberativo do Ares.

O manifesto faz parte de um dos pilares de ação do instituto – a comunicação –, cujo objetivo é disseminar conhecimento, informações e práticas responsáveis para o agronegócio. "Fazer o manifesto é comprometer-se publicamente", define Waack.

Veja abaixo a íntegra do manifesto:

Manifesto em prol do Desenvolvimento Sustentável

O agronegócio brasileiro é fundamental para atender uma demanda em mudança e em crescimento no mundo. Há uma disputa acirrada, nunca vista, pelos 4 Fs: *food* (alimento), *fuel* (energia), *feed* (ração) e *fiber* (fibra).

Esta missão será cumprida se houver comprometimento com os 3 Ps: *people* (pessoas), *profit* (lucro) e *planet* (planeta).

Isso significa produzir alimento, energia, ração e fibra de forma socialmente justa, economicamente próspera e ambientalmente correta.

As cadeias produtivas do agronegócio, representadas pelas entidades que integram o Instituto para o Agronegócio Responsável (Ares), assumem publicamente o compromisso de estabelecer o diálogo com a sociedade civil, para em conjunto, desvendar os caminhos da sustentabilidade, com base na realidade e no conhecimento.

Assumem, também, o compromisso com a busca do equilíbrio entre o valor do agronegócio e o valor da floresta.

Os desafios são muitos. Acreditamos que o movimento da sustentabilidade permite enxergar mais amplamente a complexidade na interação dos sistemas agroindustriais e o papel dos cidadãos e da sociedade direta ou indiretamente neles envolvidos.

Um caminho perfeitamente possível para ser buscado de forma conjunta, por meio da melhoria contínua e da implementação das boas práticas produtivas, a fim de que o desenvolvimento sustentável seja uma efetiva realidade!

As entidades que fazem parte do ARES até o momento, são as seguintes:

ABAG (Associação Brasileira de Agribusiness)
ABAG-RP (Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto)
ABCZ (Associação Brasileira dos Criadores de Zebu)



ABEF (Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos)
ABIA (Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação)
ABIEC (Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes)
ABIMILHO (Associação Brasileira das Indústrias do Milho)
ABIOVE (Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais)
ABIPECS (Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína)
ANDA (Associação Nacional para Difusão de Adubos)
ANDEF (Associação Nacional de Defesa Vegetal)
ANFAVEA – (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores)
APROSOJA (Associação dos Produtores de Soja do Estado de Mato Grosso)
CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil)
CNI (Confederação Nacional da Indústria)
CNPIC (Conselho Nacional da Pecuária de Corte)
OCB (Organização das Cooperativas Brasileiras)
ORPLANA (Organização dos Plantadores de Cana do Centro-Sul do Brasil)
SRB (Sociedade Rural Brasileira)
UNICA (União da Agroindústria Canavieira de São Paulo)

Agronegócio: nunca foi tão necessário ser sustentável

O Brasil está prestes a oferecer ao mundo um sistema de certificação da produção agrícola. A notícia foi dada por Roberto Smeraldi, diretor da organização Amigos da Terra – Amazônia Brasileira, durante o painel “Gestão Sustentável dos Agronegócios”, na Conferência Internacional Ethos 2008.

Smeraldi integra o grupo encarregado pela iniciativa e do qual fazem parte, também, porta-vozes de interesses variados, incluindo associações de empresas e de trabalhadores, como o Observatório Social da Central Única dos Trabalhadores (CUT). “O Brasil tem legitimidade para desenvolver esse sistema, capaz de credenciar e, ao mesmo tempo, reconhecer a diversidade de culturas e de usos do solo”, explica.

Por suas dimensões e vocação agrícola, o Brasil é um ator de primeira grandeza no jogo mais acirrado do momento: o dos biocombustíveis. Nunca o cenário mundial impôs questões tão urgentes para o agronegócio. Da crise de abastecimento de alimentos à busca por novos padrões energéticos, em decorrência da alta do petróleo, o momento exige uma posição firme e sustentável dos envolvidos na produção agrícola.

Esse foi o panorama desenhado por Reginaldo Sales Magalhães, especialista em sociedade civil e representante no Brasil do International Finance Corporation (IFC), que moderou o debate. De um lado estavam representantes da agricultura de ponta (cana-de-açúcar e soja); de outro, críticos ao modo como a busca pelo incremento da produtividade vem sendo feita nos latifúndios.

Com a necessidade de se começar a substituir o petróleo por alternativas que emitam menos gases de efeito estufa – responsáveis pelo aquecimento

global –, a demanda por etanol tem aumentado. A dúvida é se para atender ao crescente mercado os produtores estariam destinando áreas de cultivos de alimentos para a produção de cana-de-açúcar. Eduardo Leão de Souza garante que não. Ele é o diretor executivo da União das Indústrias de Cana-de-Açúcar (Unica), que congrega 110 usinas do Estado de São Paulo, responsáveis pela produção de 60% de todo o açúcar e etanol brasileiros.

Souza defendeu a eficiência do etanol de cana-de-açúcar do ponto de vista do impacto ambiental. Esse combustível reduz em quase 90% a emissão de CO₂ em relação aos derivados de petróleo, contra os 35% de redução promovidos por seu similar à base de milho.

O diretor da Unica declarou também achar pouco provável que o avanço da cultura canavieira interfira na produção de alimentos. Para sustentar seu argumento, reproduziu dados da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), que estima em 1,4 bilhão de hectares a área utilizada em todo o mundo para a produção de alimentos. “Segundo a FAO, apenas 1% desse total está sendo utilizado para a produção de etanol”, disse. E acrescentou dados da realidade nacional: “No Brasil, 1% da terra arável com cana de açúcar, que vira etanol, substitui mais de 50% da gasolina usada no país”.

No entender da Unica, os biocombustíveis representam oportunidade histórica para cerca de 100 países em desenvolvimento. “Trata-se de um importante processo de democratização da energia”, acredita Eduardo Souza.

A voz dos trabalhadores

Em contrapartida, o presidente da Federação dos Empregados Rurais Assalariados do Estado de São Paulo (Feraesp), Elio Neves, afirma que a discussão deve abranger questões sociais. “A agenda tem de incluir trabalho decente, respeito aos

direitos humanos no campo e críticas formuladas contra os agronegócios brasileiros no plano internacional”, defende.

Neves toca num ponto vital: o mundo não dá conta desse modelo de desenvolvimento voltado para o fortalecimento dos transportes individuais. “Não importa mais se o carro é movido a gasolina ou a biodiesel. Tem de haver uma regulamentação para democratizar isso”, diz.

Temas como reforma agrária, zoneamento ecológico e moratória da soja também foram discutidos no painel. Ocimar Villela, gerente de Meio Ambiente e Segurança do Trabalho do Grupo Amaggi, um dos maiores produtores de soja do país, lembrou que grande parte dos conflitos fundiários se dão em terras devolutas: “A família sai do Sul e vai para a Amazônia legal no seu caminhãozinho, com esperança de ganhar um pedaço de terra. Instala-se ali, na fronteira do desmatamento, em que 85% das áreas pertencem ao governo. Um lugar sem lei”.

Para Villela, o zoneamento é a grande solução para esses conflitos. Sobre a moratória de soja, ele concorda que houve pressão europeia para que ocorresse, já que 60% do produto é exportado. Mas provoca: “Não existe moratória da pecuária porque 80% da carne se destina ao mercado interno. Temos de discutir a migração de 1,2 milhão de bois de São Paulo para a Amazônia. É preciso desmatar? Não, basta ocupar as terras devolutas”.

Smeraldi, diretor da Amigos da Terra, cutuca Villela: “A moratória da soja deu certo porque aconteceu num momento de preços baixos, favorável à retração”, explica. Para ele, o desafio agora é reforçá-la e mantê-la dentro dessa nova realidade de preços ascendentes.

O caminho do futuro na Mostra de Tecnologias Sustentáveis



Um dos eventos paralelos que acontecem na Conferência Internacional Ethos 2008, a Mostra de Tecnologias Sustentáveis apresenta 56 idéias inovadoras nas áreas de habitação, cultura cidadã, indústria da reciclagem, agricultura e infra-estrutura. Elas foram selecionadas entre as 105 inscritas, um número que superou as expectativas dos organizadores. "Não acreditava que em quatro meses conseguiríamos ter esse resultado. Isso só foi possível graças à colaboração de várias pessoas e, principalmente, pelo trabalho do comitê curador da Mostra", diz Paulo Itacarambi, vice-presidente executivo do Instituto Ethos e coordenador geral da Conferência.

Itacarambi destaca a importância do tema, tendo em vista os impactos que as tecnologias exercem no nosso dia-a-dia. "As tecnologias de transporte definem nosso tempo de ir e

vir; as de construção civil, nossa forma de viver, de consumir energia", afirma. Para ele, as tecnologias que hoje dominam o mercado estão direcionando a sociedade rumo à insustentabilidade. "Precisamos mudar nosso comportamento, precisamos de tecnologias que nos levem a desperdiçar menos, a conviver amigavelmente com a natureza e a construir uma sociedade ancorada em valores de vida", destaca. Ele enfatiza a mensagem que a Mostra quer passar: "Empresas, utilizem as novas tecnologias disponíveis e invistam no desenvolvimento de outras. Esse é o caminho".

Inovações para a sustentabilidade

A Mostra de Tecnologias Sustentáveis reuniu num mesmo espaço iniciativas locais e globais para soluções responsáveis. Entre os destaques, está a máquina de aproveitamento total do coco babaçu, da Fundação Mussambê de Formação, Pesquisa e Difusão de Tecnologias Sociais Sustentáveis, de Juazeiro do Norte, no Ceará. A idéia original do engenheiro Gilberto Batista era facilitar o corte do coco, antes feito pelas quebradeiras com um machado e um cassetete de madeira. Com a máquina, a produção passou de mil cocos por dia para 30 mil.

Além do Ceará, as máquinas já se espalharam por Mato Grosso, Tocantins, Maranhão e Pará. Hoje são 160 agroindústrias para inclusão social, envolvendo, cada uma, 30 famílias no processo. "Nós recebemos mais apoio de fora do que de dentro do Estado", diz Daniel Walker, presidente da Fundação. Para ele, o apoio deve vir pela demanda dos produtos gerados e não pela compra das tecnologias. "Assim geramos mais empregos, pois são várias famílias envolvidas nessa produção."

Outro projeto que chama a atenção é o do aquecedor solar de água de baixo custo. Criado em 2002 por Augustin Woelz, coordenador da ONG Sociedade do Sol, sua intenção é difundir as vantagens do uso da luz solar para as famílias de baixa renda da Grande São Paulo. "A idéia é um aquecedor em cada lar", explica Woelz.

Para atingir seu objetivo, deu-se início a um processo de disseminação do produto, por meio do site www.sociedadedosol.org.br, onde é possível fazer *download* das instruções para construir o aquecedor em casa.



A avaliação do evento, na opinião dos participantes



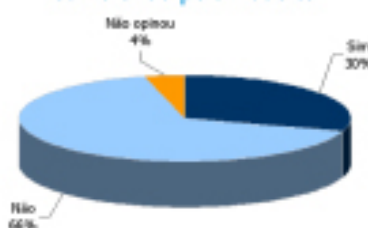
A Conferência Internacional 2008

A avaliação foi realizada com o apoio do IBOPE Opinião, que levou em conta os questionários preenchidos por 100 participantes.

Metodologia: questionário estruturado, perguntas fechadas e abertas.

Margem de erro: 9%

Acompanhamento da Evolução da Conferência pelo Hot Site



Nota Média das Atividades da Conferência Internacional 2008

0 = péssimo 5 = ótimo

ATIVIDADE	NOTA
Debate Responsabilidade Social Empresarial na Mídia	3,8
Atividade Multicultural	3,9
Plenária Especial de Abertura	4,1
Mesa-Redonda 1	4,1
Mesa-Redonda 2	4,3
Mesa-Redonda 3	4,4
Painel Temático	4,1
Mostra de Tecnologias Sustentáveis	4,3
Exposição Ethos 10 Anos	4,4

NOTA

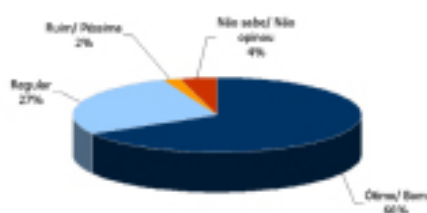
Avaliação do transporte gratuito disponibilizado para os participantes do evento

3,4

Avaliação da realização do evento no parque anhembi

3,8

Avaliação sobre o Retorno Financeiro da Conferência Internacional 2008

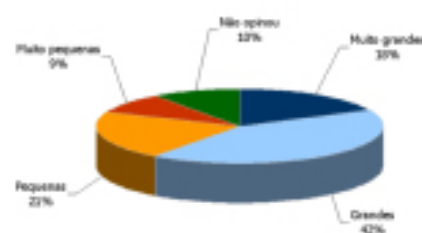


Avaliação sobre Itens Relacionados ao Prêmio Ethos de Jornalismo

	NOTA
Local Teatro Alfa	4,6
Coquetel de Boas-Vindas	4,5
Cerimônia de Premiação	4,4
Atração Cultural	4,7

0 = péssimo 5 = ótimo

Possibilidade de Participar da Edição de 2009



0 = péssimo 5 = ótimo

Nota Geral da Conferência Internacional 2008

0 = péssimo 5 = ótimo

ATIVIDADE	NOTA
Nota Geral da Conferência Internacional 2008	3,9
Guia do Participante	4,2
Organização Geral da Conferência	4,1
Tradução Simultânea	4,0
Instalações	4,1
Almoços	4,2
Diversidades de Atividades	3,8
Intervalos para Café	4,5
Material de Divulgação	4,1
Recepção do Evento	4,2
Atendimento Prévio ao Evento	4,0

Conferência Internacional
Empresas e Responsabilidade Social
2008 São Paulo Brasil



PETROBRAS



VALE

