

Questão Social e a Perspectiva Interdisciplinar:
A Responsabilidade Social do Instituto Sadia na Comunidade
do Bairro Vila Santa Maria na Cidade de Paranaguá

MATINHOS - PR

2010

Questão Social e a Perspectiva Interdisciplinar:
A Responsabilidade Social do Instituto Sadia na Comunidade
do Bairro Vila Santa Maria na Cidade de Paranaguá

Trabalho Apresentado Como Requisito de
Conclusão do Curso de Pós Graduação em
Questão Social Pela Perspectiva
Interdisciplinar, da Universidade Federal do
Paraná – Litoral.
Orientadora: Professora Cinthia Sena Abrahão

MATINHOS - PR

2010

Questão Social e a Perspectiva Interdisciplinar:

A Responsabilidade Social do Instituto Sadia na Comunidade do Bairro Vila Santa Maria na Cidade de Paranaguá

OLIVEIRA, Amanda Leandro Vilar¹

ABRAHÃO, Cinthia Sena²

Resumo

Falar em Responsabilidade Social Empresarial é uma tarefa árdua, e descrever o que representa para a sociedade e para os trabalhadores em geral é ainda mais complexo. Demonstrar a importância de empresas ligadas e preocupadas com a realidade social que as cerca, é o enfoque principal deste trabalho. O presente trabalho tem por objetivo analisar, através de revisão bibliográfica que é fornecer uma síntese dos resultados buscados através de pesquisa em artigos de revistas e livros científicos, publicados por autores especialistas no assunto descrito. A análise de documentos do Instituto Sadia contribui sob a retórica da Responsabilidade Social na comunidade da Vila Santa Maria. Como resultado a observa-se que a empresa demonstra a preocupação em implementar métodos de envolvimento com a comunidade gerando assim, uma nova forma de pensar a questão social no meio em que vivem.

Palavras-chaves: Questão Social, Responsabilidade Social, Responsabilidade Social Empresarial.

ABSTRACT

Speaking in Corporate Social Responsibility is an arduous task, and describe what they represent for society and workers in general is even more complex. To demonstrate the importance of associated companies and concerned with the social reality that surrounds them, is the main focus of this work. This study aims to examine, through a review and analysis of documents such as the Institute contributes Sadia in the rhetoric of social responsibility in the community of Villa Santa Maria. As a result, it is noted that the company demonstrates a concern for implementing methods of community involvement thus generating a new way of thinking about the social milieu in which they live.

Keywords: Social Issue. Social Responsibility. Corporate Social Responsibility.

¹ Aluna do Curso de Pós Graduação na Questão Social pela Perspectiva Interdisciplinar da UFPR - Litoral. Email: amandaleandro_76@gmail.com.

² Professora Orientadora do Curso de Pós Graduação na Questão Social pela Perspectiva Interdisciplinar da UFPR – Litoral

INTRODUÇÃO

Falar em Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é uma tarefa árdua, e descrever o que representa para a sociedade e para os trabalhadores em geral, é ainda mais complexo, pois está em constante processo de mudança. É interessante para uma empresa fazer parte de uma população que busca novos rumos e também a qualidade de vida, dando a estes atores principais, soluções fáceis e acessíveis para desenvolver atitudes sustentáveis e que tragam uma melhora de perspectiva vida.

Considerando a amplitude do tema, faz-se necessário uma breve retrospectiva da origem e conceito da Responsabilidade Social (RS), assim como da RSE, trazendo sua importância e os benefícios trazidos por elas, que são de grande valia para o desenvolvimento deste trabalho.

Para a realização destas indagações, integramos a experiência do Instituto Sadia (IS) que realiza ações na comunidade instalada na proximidade da fábrica da unidade de Paranaguá. Tal comunidade pertence à Vila Santa Maria que é uma área de ocupação periférica. A intervenção do IS tem como proposta uma intervenção de forte viés comunitário.

Abrahão (2009) ressalta que a escolha deste espaço, por parte dos atuais moradores, está relacionada diretamente ao conjunto de elementos que o destacam, em especial em função de sua localização, que fica entre o depósito de resíduos do município e as áreas de expansão industrial.

Dentro deste estudo, torna-se de suma importância qualquer atividade que, valorize e reaproveite conhecimentos adquiridos no decorrer da vida. Como ajudar a mudar uma realidade de uma forma prazerosa? Como desenvolver com a comunidade formas de expressar, didaticamente gerando assim uma realização pessoal, qualidade de vida e porque não geração de renda? É isso que o IS busca, trazendo a oportunidade e desenvolvendo à RS perante a comunidade ao seu entorno.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Como principal função, a Sadia através do IS, busca a valorização social ao ser humano e também a diminuição do impacto ambiental que esta comunidade está exposta. Auxiliará não só na preservação do meio ambiente como o desenvolvimento sustentável, como o surgimento deste novo ramo de exploração, através de programas que proporcione melhorias de formas de viver e melhorar a renda da comunidade adstrita.

Existem poucas empresas que desconsideram totalmente sua responsabilidade social. Ser socialmente responsável implica em várias ações como: valorizar seus empregados, respeitar os direitos dos acionistas, manterem uma boa relação com seus clientes e fornecedores, recolher impostos, ter uma boa relação com a comunidade. Trevisan (2002) comenta que vale lembrar que ser socialmente responsável não é assumir uma postura assistencialista, ou fazer doações em dinheiro ou de bens, pois isso não minimiza as dificuldades de uma comunidade. Basicamente a empresa deve ter em seus conceitos a ética e a transparência como primordiais em sua conduta.

Assim, Malfitano (2007), diz que analisar os processos de exclusão, inserção e vulnerabilidade sociais e as questões sociais que surgem neste século, se faz necessário para podermos compreender as experiências abordadas pelo IS.

Buscou-se identificar se as ações desenvolvidas possibilitaram mudanças significativas para a comunidade, pois sabemos que as intervenções criam micro modificações, através de produtos e praticas que assim proporcionam uma melhoria para o meio ambiente como também para a comunidade.

Vislumbra-se a possibilidade de conhecermos o processo de implementação dos projetos, a participação popular, e as ações desenvolvidas após a participação destes atores através de comportamentos adquiridos no decorrer dos projetos.

A metodologia utilizada no presente trabalho foi de revisão bibliográfica, e análise documental através de dados secundários. O principal objetivo da revisão bibliográfica é fornecer uma síntese dos resultados buscados através de pesquisa em artigos de revistas e livros científicos, publicados por autores especialistas no assunto descrito. Tomasi e Yamamoto (1999, p. 87) afirmam que “a pesquisa

bibliográfica procura explicar um assunto, partindo de referências teóricas que foram publicadas em documentos”.

Este artigo tem como objetivo analisar como o IS contribui ou tem contribuído para execução de programas de responsabilidade social para a promoção da diversidade cultural na comunidade da Vila Santa Maria.

Responsabilidade Social

Nos últimos anos, tem-se observado uma crescente produção de trabalhos científicos sobre RS, mesmo com seu conceito ainda estando em fase de construção. O importante é notar que a preocupação com a ética e a Responsabilidade Social saiu do setor interno de uma organização bem intencionada para se institucionalizar como uma obrigação moral das empresas.

A RS se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impactos nos objetivos, estratégias e no próprio significado da empresa. Traz-se alguma contribuição no sentido de uma melhor compreensão da importância desta estratégia e dos benefícios que a mesma pode trazer para a corporação, quando aplicada corretamente (RASQUINHA, 2010).

A preocupação com a RS passou a ser o diferencial fundamental para tornar as organizações mais produtivas garantindo o respeito do público. Uma empresa socialmente responsável atrai os melhores profissionais, interessados em trabalhar em companhias éticas e participar de uma mudança de atitudes.

O INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL (ETHOS) (2010) aponta que a atitude ética da empresa envolve todas as suas atividades. Dizem respeito às interações da empresa com funcionários, fornecedores, clientes, acionistas, governo, concorrentes, meio ambiente e comunidade. “Os preceitos da RS podem balizar, inclusive, todas as atividades políticas empresariais”.

A ética e a RS nos negócios, quando bem vivenciadas pelas organizações privadas envolvidas nas Parcerias Público–Privadas, constituem uma esperança de

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

grandes mudanças no país, pois irão estabelecer padrões elevados de integridade e competência.

Hoje em dia as organizações precisam estar atentas não só a sua responsabilidade econômica e legal, mas também à sua responsabilidade ética, moral e social (VELOSO in ASHLEY 2005). Responsabilidades éticas correspondem a atividades, práticas políticas e comportamentos esperados ou proibidos por membros da sociedade. Valores éticos e morais sempre influenciaram as atitudes das empresas, mas estão se tornando cada vez mais rigorosos.

Leão (2008) afirma que pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas com base em dados do Banco Mundial e da organização não-governamental "Transparência Internacional" mostra essa dolorosa realidade. Isso tudo nos causa perplexidade ética, mas apenas a indignação, na maioria das vezes, não se transforma em ação. Ter boas intenções não basta! É preciso agir na busca do confronto contra todas as mazelas que ferem a ética do direito constitucional "dignidade da pessoa humana", estabelecido no inciso III do artigo 1º da Lei Maior.

Princípios éticos e morais influenciam as práticas administradas por isso é importante observar como a sociedade se comporta perante a Responsabilidade Social Corporativa. É de fundamental importância que o desenvolvimento do conceito de RS no Brasil comece por esse caminho, macio e permeável, rumo ao diálogo entre instituições públicas, privadas e da sociedade civil organizada (LEÃO, 2008).

Essas discussões devem ser alicerçadas por visões coerentes e conscientes quanto a RS de todos esses segmentos da sociedade. Embora alguns defendam que a responsabilidade das empresas privadas, na área pública limita-se ao pagamento de impostos e ao cumprimento das leis, crescem os argumentos de que seu papel não pode ficar restrito a isso, até por uma questão de sobrevivência das próprias empresas. Outro argumento é o fato de que adotar posturas éticas e compromissos sociais com a comunidade pode ser um diferencial competitivo e um indicador de rentabilidade e sustentabilidade no longo prazo (HABITAT Brasil, 2010).

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

É observado que existe a preocupação institucional em relação às questões éticas e de RS, também com a documentação e disseminação desses valores.

Atualmente, a intervenção dos diversos atores sociais exige das organizações uma nova postura, calcada em valores éticos que promovam o desenvolvimento sustentado da sociedade como um todo. A questão da RS vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos. É importante ressaltar que a RS é, ainda, um processo em crescimento em vários países do mundo e, principalmente, no Brasil (HABITAT Brasil 2010).

Responsabilidade Social Empresarial ou Corporativa

Empresas e Estado estão sofrendo alterações. Atitude e atividades de uma organização precisam caracterizar-se por atitude ética e moral corretas; promoção de valores e comportamentos que respeitem os direitos humanos e de cidadania, como também ao meio ambiente. Com o passar dos tempos harmonizam-se as relações entre os três setores e o foco fica direcionado.

RSE é a forma de gestão que pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (ETHOS, 2010).

Envolver com mais freqüência a comunidade que se insere nas organizações, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano, atuando também em áreas sociais, com parcerias com o governo ou isoladamente (VELOSO in ASHLEY 2005).

Em uma época que contextos culturais caminham interligados e as empresas têm repensado seu papel social, inclusive por mudanças que acontecem tanto no

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Estado como na Sociedade Civil, podemos dizer que as organizações precisam ser socialmente responsáveis por tais mudanças.

Cada vez mais as organizações estão adotando ampla visão de mundo e um valor cultural que a muito era restrito apenas a outras áreas da sociedade, agir corretamente com o próximo, entendendo como próximo à sociedade em que a organização está inserida, seja através do seu público, do país, ou até mesmo do meio ambiente (VELOSO in ASHLEY 2005).

Ainda Ashley (2005) comenta que diversos grupos de defensores da ética e da Responsabilidade Social Corporativa passam a argumentar a importância pela ação de seus dirigentes e administradores, iniciando então nos Estados Unidos e posteriormente no final da década de 1960 na Europa. Diversos autores eram contrários, defendendo que a direção corporativa não tem o direito de fazer nada que saia da maximização dos lucros existentes em leis. Havendo mudanças a esses lucros seria violar as obrigações morais, legais e institucionais do corpo diretor existente.

A ótica da benevolência empresarial ainda predominante no discurso leigo resulta da prática comum de relacionar RSE com filantropia, relações comunitárias, assistencialismo, considerando que uma empresa socialmente responsável é aquela que age em favor de alguma comunidade ou população carente.

Alguns autores alegavam que para isso existiam instituições como igrejas, o governo, organizações e sindicatos sem fins lucrativos que necessariamente atuam no cumprimento da RSE. Diziam também que gerentes de grandes corporações não dispõem de competência técnica, tempo ou liberdade para desenvolver tais atividades (ASHLEY, 2005).

Já os argumentos favoráveis surgem da área acadêmica através de diversos trabalhos envolvendo a área de negócios e sociedade. Estes argumentos éticos partem de princípios religiosos e normas que defendem que empresas e pessoas que ali trabalham devem se comportar de forma socialmente responsável por ser moralmente correto, mesmo que isso envolva despesas improdutivas.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

No Brasil o conhecimento a respeito do conceito de RSE ainda é recente. Teve início na década de 70. Saber o que representa a responsabilidade para a empresa é primordial para a sua prática (BORINELLI, *et al* in Ashley, 2005).

Com as mudanças, desta visão houve a necessidade de uma postura ética normativa para que a RSE fosse aplicada na prática. No entanto, a existência de um código de ética, sua publicação e treinamento não garantem a postura ética dos funcionários como um todo. Por uma questão cultural, a atitude tomada por muitos funcionários é na maioria das vezes baseada no exemplo de seus líderes.

No quesito tecnologia, no processo de produção, na maneira de organização, na comunicação da empresa com seus funcionários, fornecedores e com a comunidade, tanto no lado social como ambiental, se referem a um tema que não é novo, mas que nos últimos anos vem ganhando importância nos negócios (FREITAS, 2009).

Freitas (2009) diz que esse processo é baseado no desempenho das empresas em um contexto de RS e de uma postura correta ligado às questões ambientais. Os novos tempos estarão a exigir novos modelos de gestão e, conseqüentemente, novas formas de gestão ambiental com maior responsabilidade social.

Para isso, rever as filosofias da empresa se fez essencial. Esperando que sua política institucional seja firme, ética e empreendedora, obtendo de forma natural incorporada a RS e também individual.

A visão de uma empresa sobre suas responsabilidades está relacionada à como ela mede o desempenho dos recursos comprometidos para o atendimento destas responsabilidades, requer um conceito de empresa que equilibre responsabilidade econômica, social e ambiental, o que resulta em uma relação circular entre elas (ASHLEY, 2005).

Na medida em que uma empresa assume uma postura socialmente responsável ela passa a ter compensações positivas como: melhor acesso ao capital, investidores socialmente conscientes, melhora sua imagem, maiores índices

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

de vendas, melhor relação com os empregados e redução de taxas de impostos (Ferreira *in* Ashley, 2005).

O tema da RSE entrou definitivamente na agenda de interesses da população brasileira. Por outro lado, o caminho não está totalmente pavimentado para que as empresas se beneficiem imediatamente da divulgação de suas ações de responsabilidade social e ambiental. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), (2010) comenta que ainda é necessário enfrentar a desconfiança do consumidor em relação à atuação empresarial neste âmbito.

A pesquisa indica que 77% dos brasileiros têm interesse em saber como as empresas tentam ser socialmente responsáveis. Além disso, dois em cada três brasileiros têm uma avaliação positiva sobre a contribuição das grandes empresas para o desenvolvimento da sociedade (IPEA, 2010). Um dado que chamou a atenção foi o aumento do número de entrevistados que, acreditam que o governo deve criar leis para obrigar as grandes companhias a irem além do seu papel tradicional e contribuírem para uma sociedade melhor, mesmo que isso cause preços maiores e redução no número de empregos.

O percentual de consumidores que manifestaram essa opinião passou de 57% em 2004 para 64% em 2006. Segundo Mattar, isso demonstra que o consumidor deseja fortemente que as empresas adotem práticas de RSE "e tanto quer que pede ajuda do governo, mesmo que tenha que pagar um custo pesado por isso" (IPEA, 2010).

As empresas devem superar o desafio de se comunicar adequadamente com seu público, informando seus consumidores sobre suas ações de RSE e a sustentabilidade de seus produtos e serviços. A busca por uma comunicação mais eficaz não é tão simples, uma vez que a RSE é um processo contínuo de mudança da cultura de gestão de uma empresa, onde se busca ser cada vez melhor.

No entanto, a busca por uma comunicação mais eficaz não é tão simples, uma vez que a RSE é um processo contínuo de mudança da cultura de gestão de uma empresa, onde se busca ser cada vez melhor.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Quando as empresas precisavam apenas fornecer bons produtos, era possível ser perfeito. Mas RS é relacionamento, e isso depende da expectativa do outro. Portanto, jamais se atinge o estágio da perfeição. Não há e não haverá no futuro uma empresa perfeita do ponto de vista da RS e ambiental. Mas, certamente haverá as que estão seriamente empenhadas em sê-lo (IPEA, 2010).

O fundamental é que as ações sociais das empresas sejam um reflexo do pensamento ético interno. Não sendo assim, muda-se tudo e não se muda nada porque o retorno continua sendo apenas para a empresa. É preciso questionar sempre se o retorno também vai para os funcionários, fornecedores, a sociedade.

Questão Social e Políticas Públicas

Políticas Públicas e movimentos sociais atualmente apresentam-se como elementos relevantes para compor a importância dos papéis executados pelo Estado. As políticas em desenvolvimento e a participação social, enquanto categorias influentes na dinâmica social buscam alcançar sua finalidade, que é o bem estar geral.

Para ampliar as Políticas Sociais são necessárias inovações sociopolíticas, mudanças adotadas na forma de gerar, financiar e distribuir as prestações de serviços sociais oferecidos pelo Estado, conciliando as exigências admitidas e as necessidades humanas já sancionadas com os requisitos de reprodução do capital.

Leão (2010) diz que é preciso refletir sobre o papel social de cada um. O ser humano precisa construir o seu novo ser. Atualmente, temos um grande desafio na vida: construir o nosso ser com espírito ético, fraternal e voltado para o resgate de uma segurança social. Neste sentido, aponta Voltolini (2010) que...

Não é difícil identificar as razões pelas quais as tecnologias sociais ainda não emplacaram: os gestores públicos, a quem cabe coordenar as políticas públicas, parecem pouco atentos às boas soluções, seja por omissão ou desinformação conveniente. Primeiro, porque, já criadas, elas não lhes renderiam os créditos político-eleitorais. Segundo, porque, por serem baratas, podem ferir interesses econômicos de aliados de ocasião.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Há muitas empresas cujas fundações, institutos ou departamentos específicos desenvolvem, no âmbito do seu investimento social privado, soluções que poderiam ser transformadas em tecnologia social, ganhando maior escala pela via das políticas públicas.

Debruçar-se sobre os processos de exclusão, inserção, vulnerabilidades sociais e as questões sociais que emergem neste início de século se faz importante para compreender as exigências abordadas.

Segundo IPEA (2010) os resultados finais da “Pesquisa Ação Social das Empresas”, pela segunda vez em todo o Brasil, apontaram um crescimento significativo, entre 2000 e 2004, de empresas privadas brasileiras que realizaram ações sociais em benefício das comunidades. A participação empresarial na área social passou de 59% para 69%. Com a pesquisa tornou-se possível iniciar a construção, de maneira inédita, de uma série histórica que permite o a evolução do comportamento da iniciativa privada na área social desde finais da década de 1990.

Ainda o investimento social privado, porém, é pouco influenciado pela política de benefícios tributários, uma vez que apenas 2% das empresas que atuaram no social fizeram uso de incentivos fiscais para tanto. Dentre os motivos da não utilização desses benefícios, cerca de 40% dos empresários alegaram que o valor do incentivo era muito pequeno e que, portanto, não compensava seu uso. Para 16% as isenções permitidas não se aplicavam às atividades desenvolvidas e outros 15% nem mesmo sabiam da existência de tais benefícios (IPEA, 2010).

Foi na região Sul que se observou o maior incremento na proporção de empresas atuantes, que passou de 46%, em 2000, para 67%, em 2004, Levando-se em conta o porte, observa-se que foram as grandes empresas que apresentaram a maior taxa de participação em ações comunitárias (94%) (IPEA, 2010).

Referente às áreas de atuação, o crescimento das ações voltadas para alimentação, se torna prioritária de atendimento (52%), ultrapassando as ações para assistência social (41%). Segundo IPEA (2010) já o público-alvo, o atendimento à criança continua a ser o foco principal das empresas (63%), mas crescem, de maneira expressiva, o desenvolvimento de ações em prol de idosos e portadores de

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

doenças graves, que passam a envolver, respectivamente, 40% e 17% das empresas.

IPEA (2010) teve como novo a investigação sobre o que dificulta ou impede o desenvolvimento de ações sociais comunitárias: para 62% das empresas, a principal razão é a falta de dinheiro. Uma parcela bem menor reclama da ausência de incentivos governamentais (11%). Também é pequena a proporção de empresas que não atua porque nunca pensou nessa possibilidade (5%) ou porque acredita que este não seja seu papel (5%). Observamos que, mesmo entre as empresas que nada fazem, há um conhecimento generalizado sobre a possibilidade de atuação e modificação no campo social. E isso é muito positivo (PELIANO in IPEA, 2010).

A Pesquisa procurou investigar, a percepção dos empresários sobre seu papel na realização de ações em benefício das comunidades. A grande maioria acredita que é obrigação do Estado cuidar do social e que a necessidade de atuar para as comunidades é maior hoje do que há alguns anos. Há, portanto, uma compreensão, no mundo empresarial, de que a atuação privada não deve substituir o poder público, tendo um caráter muito maior de complementaridade da ação estatal (IPEA, 2010).

As empresas têm um papel crescente na promoção do bem estar da sociedade e de um mundo mais inclusivo, sendo assim o IS acredita que faz parte desse movimento através de investimento aos recursos privados em projetos sociais/ambientais de interesse público de forma voluntária, planejada e monitorada. Além de ser de extrema importância o trabalho intersetorial, com construção de alianças que sejam efetivamente transformadoras de uma determinada realidade social (SADIA, 2010).

Através destas parcerias intersetoriais, diagnosticarem as realidades onde se quer atuar e qualificar o planejamento do investimento social, sua implementação e o acompanhamento dos projetos implementados é de mera importância.

Condições socioeconômicas e de moradia do Bairro Vila Santa Maria, Paranaguá: breve histórico.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Paranaguá é um município localizado no litoral do Paraná, é considerada a mais antiga do estado. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de 2009, possui 139.796 habitantes. Detém um PIB de R\$ 6.904.802.000,00 (2005).

Segundo Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) (2010) na Baía de Paranaguá localizam-se os dois portos marítimos do Estado, o de Paranaguá e o de Antonina. Fica a 91 km de Curitiba, sendo o maior porto do sul do País. Movimentam cargas de vários estados do Brasil e de países como a Argentina, a Bolívia e o Paraguai. Ainda o IPARDES (2010) confirma que em 2008, a movimentação de mercadorias totalizou 33 milhões de toneladas, incluindo exportações e importações, com destaque para os fertilizantes, os farelos, o milho e a soja. No mesmo ano, a receita cambial gerada com exportações foi de US\$ 14 bilhões. Além disso, o Porto de Paranaguá movimentou 162.416 mil veículos e 604.690 mil contêineres. O Paraná também é vice-líder brasileiro na exportação de álcool.

A Vila Santa Maria representa uma porção periférica do território de Paranaguá. No zoneamento da cidade não consta a delimitação da Vila. Na verdade, o próprio nome é fruto da organização informal de uma das diversas áreas de ocupação / invasão no município. Oficialmente esta área compõe a Colônia Santa Rita, constituída na zona rural e que em função da expansão portuária das últimas décadas já adentrou o espaço urbano (ABRAHÃO, 2008).

Corroborando com estas perspectivas a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP - UFPR) (2008) comenta:

Diariamente, cerca de 400 pessoas trabalham, sob condições subumanas, na catação dos resíduos no Lixão de Paranaguá. Segundo levantamento realizado nesta vila, 60% da população ali residente tem nesta atividade a sua única forma de subsistência e os 40% restantes, dela sobrevivem indiretamente.

Segundo ITCP - UFPR (2008),...

uma população de características muito peculiares, submetida à marginalidade e exclusão absoluta do mercado formal de trabalho, advém do fluxo migratório expulsos das pequenas cidades do interior e das metrópoles, em geral originários do próprio estado do Paraná.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Em sua grande maioria não possuem vínculos de permanência com o lugar, este grupo populacional é movido pela luta imediata e contundente em prol da sobrevivência. Em princípio, a tendência é de que parte das famílias que residem neste local, se mova em busca da fonte de renda que se encontra no lixão, tal como vem ocorrendo há algumas décadas.

As ações do Instituto Sadia em Paranaguá

O IS é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, fundada em dezembro de 2004 pela Sadia com o intuito de contribuir com a promoção do desenvolvimento sustentável da sociedade. Realiza em seus objetivos através do planejamento estratégico, a co-implementação, monitoramento e gestão interna e externa de seus dois principais programas.

A visão e interesse da empresa no investimento da comunidade foram evoluindo a partir da própria evolução da sociedade, passando de uma ação mais filantrópica para a criação de um Instituto sem fins-lucrativos que visa qualificar a ação desenvolvida e/ou apoiada pela Sadia.

Em 2006, realizaram 59 projetos sócio-ambientais em parceria com organizações não governamentais, órgãos públicos, institutos de pesquisa e entidades e associações da indústria e comércio em vários municípios brasileiros (SADIA, 2010).

Os projetos desenvolvidos focaram diversos temas como: Educação Básica; Esporte e Atividade Física; Saúde; Inclusão Digital; Profissionalização; Educação Ambiental; Cultura, Arte e Música; e Ações solidárias que envolvem doações de alimentos.

SADIA (2010) comenta que desde 2007, o IS assumiu um segundo desafio perante a sociedade, com a estruturação de um Programa de Investimento Social Privado. Passaram então a ser responsáveis pela gestão de todos os projetos sócio-ambientais apoiados pela Sadia que visam à promoção e ao desenvolvimento social comunitário. A idéia é propiciar impacto ainda mais positivo à comunidade por meio

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

de projetos que estimulem o desenvolvimento local (SADIA, 2010).

Foi feito um levantamento, iniciado em fevereiro de 2008, nos municípios onde o Programa atua e teve como objetivo mapear as condições de desenvolvimento econômico, humano, natural, físico e social de 15 municípios onde o programa está presente, entre eles o município de Paranaguá. A intenção era conseguir entender melhor cada uma das localidades onde o Programa está atuando e já atuou para apoiar o aprimoramento das ações realizadas IS.

Para isso alguns diagnósticos foram realizados e trazidos ao IS para análise e conhecimento. Entre eles alguns resultados demonstram que a população mesmo recebendo cursos e participando de oficinas não possui renda suficiente para poder investir na formação de seus próprios empreendimentos.

A partir destes resultados começaram a desenvolver projetos de oficinas Câmbio Verde que trabalham a educação para consciência ecológica, visando a troca de lixo por alimentos. Eram separados materiais recicláveis domésticos, e com a venda destes materiais eram compradas cestas básicas e oferecidas aos participantes. Foram beneficiadas 220 famílias. Porém nos dias atuais o projeto não mais incentiva a troca por cestas básicas (IS, 20--). Mas apenas suspender as cestas não muda essa consciência, e sim direcionar os investimentos para a geração de renda, desta forma a chamada para os cursos foi feita apenas através de convites sem trocas, o que houve certo desinteresse da comunidade.

Atualmente desenvolvem oficinas de bijuteria, informática, material de limpeza e crochê. Com as peças produzidas no decorrer do curso é feito uma mostra e também vendidos ajudando desta forma a aumentar a renda do participante. Existe também o interesse das mulheres da comunidade local em fazer aula de corte e costura, o que ainda não pode ser implementado por falta de recursos para aquisição de equipamentos, mas que tem sido estudado para poder proporcionar cursos do interesse específico dos moradores (IS, 20--).

O IS observou que o interesse era puramente pela troca com a cesta básica, e mudou a proposta anterior por apenas cursos mas também com a produção e venda dos produtos construídos através das aulas.

CONCLUSÃO

A realização deste trabalho permitiu a reflexão sobre os horizontes diversos, em relação ao mundo empresarial, com ênfase nos deveres e direitos sociais envolvidos ao tema. Compreender a RS implica em dividir conhecimento entre certa empresa e a realidade impactante de certa comunidade comentada no trabalho.

Ao correlacionar o dever civil das empresas com atividades em devida população procurou manter a neutralidade entre o querer e poder, e o ideal e o possível. Refletir sobre de repente não haver atividade alguma na comunidade descrita, nos remete a comparar outra região em condições precárias de recolhimento de lixo reciclável e/ou reutilizável, e com a melhoria, em pequena escala, mas existente na vila Santa Maria, mesmo que ainda mínima.

A RS, muito comentada nos dias atuais, é um fator importante e pouco discutido, e necessita de incentivo para a continuidade de pesquisas nessa área, a fim de programar inovações.

Faz-se necessário incentivar grandes empresas, haja vista que por enquanto, é rentável apenas para as de grande porte, como a Sadia valendo os custos da criação de institutos atuáveis nas comunidades carentes.

Percebe-se a importância social no envolvimento da população, onde as atividades que se tornam rentáveis para os mesmos, criam certa expectativa de melhoria de vida, contribuindo na economia doméstica, e conseqüentemente aumentando o poder aquisitivo da família envolvida.

Desenvolver esta pesquisa implicou em demonstrar distância ao pesquisador, ao não envolver sentimentos, para que a descrição partisse da real situação, e não emitindo opiniões sobre o certo ou errado de ambas as partes envolvidas.

Concluo que atitudes como a do IS ao elaborar planos direcionados a população carente, contribui positivamente, e deve ser mantido e ampliado a curto, médio e longo prazo, e que mais pesquisadores possam se envolver e contribuir com idéias inovadoras, e que este sonho do resgate da cidadania não desapareça.

É importante, porém a participação da comunidade no desenvolvimento de

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

projetos oferecidos, pois desta forma haverá um maior interesse em participar destes projetos não apenas como mais um curso, mas também como uma nova oportunidade.

Vale ressaltar, que por trás deste Instituto, existem diversos profissionais envolvidos, e a estes merece respeito e confiança, pois atuam muitas vezes de forma voluntária, contribuindo com nosso país, em suas horas vagas, sem fins lucrativos, o que não caracteriza função filantrópica, mas sim uma atitude de cidadão consciente, e corresponsável pela vida do outro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAHÃO, C. S., **Dinâmicas histórico-geográficas da organização espacial da periferia** - o caso da vila Santa Maria em Paranaguá - Estado do Paraná – Brasil. 2009.

BORINELLI, B.; AGIGLERI, L.; ASHLEY, P. A.(Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed., São Paulo: Saraiva, 2005.

ASHLEY, P. A. (Coord.). *et al.*, **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

FERREIRA, R. N. Responsabilidade social empresarial e valor das empresas. In: ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

FREITAS, G. M., **Responsabilidade Social como gestão de marketing e Diferencial competitivo**: caso McDonalds. Monografia. FA7, Faculdade Sete de Setembro. Fortaleza, 2009. In: <http://www.fa7.edu.br/recursos/imagens/File/publicidade/monografia/2009/monografiaGilvana.pdf>. Acesso em: 15/10/2010.

HABITAT BRASIL. In: <http://www.habitatbrasil.org.br/>. Acesso em: 20/10/2010.

INCUBADORA TECNOLÓGICA DE COOPERATIVAS POPULARES – UFPR (ITCP). Primeira etapa da pesquisa sócio-econômica da Vila Santa Maria. In: <http://www.itcp.ufpr.br/santamaria.html> >>. Acesso em: 20/10/2010.

INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (ETHOS). **Temas e Indicadores**, in: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos%5Fpraticas/indicadores/temas/>>. Acesso em: 28/09/2010.

INSTITUTO SADIA (IS). Diagnostico das comunidades Vila santa Maria e Vila Santa Rita.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). **Sobre o Paraná**. In: <http://www.ipardes.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=86>. Acesso em: 15/10/2010.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **População brasileira se interessa pelas práticas socioambientais das empresas**. In: http://www.ipea.gov.br/acaosocial/article3e9e.html?id_article=636. Acesso em: 10/09/2010.

_____. **Brasil - Resultados Finais - Segunda Edição (2006)** In:

http://www.ipea.gov.br/acaosocial/articledcd2.html?id_article=244. Acesso em: 10/09/2010.

LEÃO, A., **Ética e Responsabilidade Social**. In: <http://www.pautasocial.com.br/artigo.asp?idArtigo=930>. Acesso em: 18/09/2010.

MALFITANO, A. P. S., **Atrás da Porta Que se Abre: Demandas Sociais e o Programa de Saúde da Família (PSF)**. Holambra/São Paulo: Ed. Setembro, 2007. 180 p.

PELIANO, A., In: http://www.ipea.gov.br/acaosocial/articledcd2.html?id_article=244. Acesso em: 17/10/2010.

RASQUINHA, E. F., **O que é Responsabilidade Social?** In: <http://www.habitatbrasil.org.br/biblioteca/artigos-e-pesquisas/mas-o-que-e-responsabilidade-social/>. Acesso em: 17/10/2010.

SADIA. In: <http://www.sadia.com.br/sobre-a-sadia/instituto-sadia.jsp>. Acesso em: 18/10/2010.

TOMASI, N. G. S, et al., **Metodologia da pesquisa em saúde: fundamentos essenciais**, Curitiba: 1999.

TREVISAN, A. F., **Balço Social como Instrumento de Marketing**. RAE electronica. vol.1 no.2 São Paulo Dec. 2002 In:

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S167656482002000200017&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso em: 23/10/2010.

VELOSO, L. H. M., **Ética, valores e cultura: especificidades do conceito de Responsabilidade Social nos Negócios**. In: ASHLEY, P. A., (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

VOLTOLINI, R., **Investimento social privado: atuação em redes de bom senso** In http://www.ipea.gov.br/acaosocial/article8657.html?id_article=629. Acesso em: 10/09/2010.
