

POBREZA E EDUCAÇÃO NO BRASIL: o olhar empresarial e a responsabilidade social¹

Raquel Balmant Emerique

INTRODUÇÃO

A noção de cidadania é central nas sociedades democráticas e figura como a expressão mais bem acabada de um dos valores caros à modernidade, que é a igualdade. Ser cidadão significa portar direitos políticos, sociais e civis, que conferem aos integrantes da sociedade a condição de iguais entre si. A igualdade e seu correlato negativo, a desigualdade, permeiam uma multiplicidade de dimensões, tais como gênero, raça, religião, classe social, nacionalidade e tantas outras que apontam para o quanto a cidadania é vivenciada de forma plena ou não. Sendo valores inquestionáveis dentro das sociedades modernas, ao serem con-

frontadas com as práticas que vão lhes dando concretude, a cidadania e a igualdade colocam certos desafios aos cientistas sociais. Se são valores compartilhados por todos, como se justifica a ausência ou a sua não plenitude para segmentos dessas sociedades? Se há incluídos e excluídos sociais, como tais grupos se percebem mutuamente?

Antes de desenvolver essas questões, cabe esclarecer que a igualdade e a cidadania são problematizadas de forma específica em diferentes contextos sociais. Em um olhar rápido, o maior sinal de desigualdade no Brasil é a pobreza. É muito comum tomar uma coisa pela outra. Entretanto, a igualdade, em sociedades liberais, não significa uma indiferenciação entre ricos e pobres. Uma igualdade desse tipo seria a igualdade de resultados e, no Brasil e no mundo, esse tipo de igualitarismo não tem mostrado capacidade histórica de se realizar. Outra dimensão de igualdade, que pode ser confrontada com a pobreza, é a igualdade de condições. A partir de uma distribuição diferenciada de oportunidades, tal como ocorre com as medidas

¹ A primeira versão deste artigo integra o relatório da pesquisa *Empresários e Educação no Brasil - Segunda Etapa*, realizada pelo PREAL/CPDOC/FGV em 2003 e 2004. Nesta oportunidade, gostaria de agradecer a Profa. Helena Bomeny, coordenadora da pesquisa, e a pesquisadora Marcela Pronko pelas sugestões dadas ao longo deste trabalho mas, advertindo aos leitores que as afirmações aqui presentes são de minha inteira responsabilidade. Agradeço também a Fundação Ford pelo apoio financeiro que permitiu a realização desta pesquisa.

de ação afirmativa, espera-se que haja uma redução das diferenças concretas entre os grupos sociais. Essa visão de igualdade acaba não encontrando muitos seguidores no Brasil, ainda que cresça o apelo para que sejam formuladas políticas públicas baseadas nela. A rejeição se deve ao fato de que esse tipo de igualdade resulta de uma condição oposta a seu objetivo. Ela advém de uma desigualdade inicial na oferta de oportunidades. Não parece ser esse tipo de igualitarismo que associa a pobreza à desigualdade no Brasil. Aqui, quando se fala em pobreza, o que de imediato vem à mente é que o acesso aos direitos e aos bens públicos não está sendo oferecido a todos, independentemente de suas condições iniciais. A igualdade de oportunidade diz respeito a uma competição em que é oferecido a todos o mesmo ponto de partida e, através do mérito particular de cada cidadão, alcança-se uma diferença concebida como saudável. Enfim, todos teriam chances iguais, e os resultados seriam frutos da capacidade de cada um de tirar proveito dessas oportunidades, do esforço pessoal (Cf. Reis, 2000). Esse tipo de igualitarismo se atrela à noção de pobreza no Brasil, porque há um consenso geral que entende que as oportunidades não estão sendo oferecidas a contento. Os serviços de educação, saúde, moradia, transporte e trabalho, que são disponibilizados pelo setor público – responsável pela distribuição de oportunidades a todos – são tão precários, ou sequer estão disponíveis, que aqueles que possuem mais recursos econômicos podem se beneficiar através da oferta privada. Com isso, dois grupos de cidadãos são criados. Certamente, a desigualdade no Brasil tem outras expressões, mas a pobreza é a sua manifestação material mais visível. Se não são conceitos equivalentes, mostram-se atrelados por causa do círculo vicioso que se forma entre o não acesso aos direitos e a baixa renda.

Estudos recentes têm apontado que o Brasil não é um país pobre, porém um país com muitos pobres. A economia brasileira está entre as quinze maiores do mundo. Entretanto, no que tange à distribuição de renda, o país se coloca entre os que são mais desiguais. Isso leva à conclusão de que a

pobreza, no Brasil, relaciona-se com a má distribuição de renda e de oportunidades de inclusão econômica e social, e não, como pensam alguns economistas, à escassez de recursos. Isso altera muito a forma de se pensar sobre as medidas cabíveis e eficazes para a erradicação da pobreza. Ao longo de vários governos brasileiros, a via do crescimento econômico é apontada como solução – crescer primeiro e dividir o bolo depois. O fato é que a economia cresce num ritmo e a pobreza em outro maior. Como a única alternativa de que se lança mão é a do crescimento, os pequenos resultados positivos alcançados nessa empreitada de enfrentamento da pobreza se devem a ele, porém de forma insatisfatória (Cf. Barros *et al*, 2000).

Supomos que políticas redistributivas não são amplamente implementadas, dentre outras razões, porque encontram uma forte resistência na concepção de igualitarismo que prevalece no Brasil. A igualdade de oportunidades é um mecanismo aceito no combate à pobreza, porque é possível enfrentá-la, sem, no entanto, tocar no patrimônio de grupos privilegiados, prevalecendo a lógica da competição e não a redistributiva. Políticas compensatórias, fundadas na igualdade de condições, que poderiam ser um recurso a mais no combate à pobreza, não vão muito longe, quando não se desvirtuam em práticas paternalistas de curto alcance. Nesse sentido, a questão colocada acima a respeito das percepções da desigualdade e exclusão social em diferentes grupos sociais é relevante e ajuda a lançar luz sobre a viabilidade de políticas públicas de redistribuição no Brasil.

Não são muito comuns, no Brasil, estudos sobre a percepção que segmentos sociais têm a respeito de outros segmentos. Recentemente, Elisa Reis (2000) coordenou um estudo comparativo entre Brasil e outros países sobre as representações que as elites têm sobre desigualdade e pobreza. A pesquisa, realizada entre 1994 e 1995 com lideranças políticas, burocráticas, empresariais e sindicais, pretendia, a partir das informações coletadas, descobrir formas de mobilizar tais grupos a fim de buscar novas soluções para enfrentar as questões ligadas à pobreza.

Essa pesquisa mostrou que as elites não são insensíveis aos problemas sociais brasileiros. Por outro lado, deixou claro que as mesmas elites não gozam de consciência social que corresponda a tal sensibilidade, porque não concebem uma interdependência entre elas e os demais atores sociais. Seu entendimento sobre a questão vê o Estado como responsável pela redução da pobreza, e se ela persiste e cresce, é porque ele não cumpre devidamente a sua responsabilidade. Em suas representações sobre desigualdade, as elites não se vêem como parte do problema e nem mesmo de sua solução, não demonstrando um senso de responsabilidade social suficientemente desenvolvido a ponto de se envolverem com o enfrentamento do problema. Ao responsabilizarem o Estado por não fazer o que tem de ser feito ou por fazê-lo mal feito, com focos ruins, má gestão de recursos, desperdício, excesso de burocracia e sem determinação política, as elites expressam uma concepção voluntarista, segundo a qual a realidade pode ser transformada através da ação individual, e não como um consenso originado de um senso de compromisso entre as diferentes classes sociais e o Estado.

Para as elites, um dos caminhos em que o Estado deveria insistir no combate à pobreza seria melhorar a qualidade da educação e, conseqüentemente, os seus índices. Em suas percepções, esse seria um caminho justo, porque fortaleceria o princípio de igualdade de oportunidades, sem resultar em custos para os não pobres. A educação daria aos pobres os recursos necessários para melhorarem dentro da própria estrutura de estratificação social, sem envolver a redistribuição de renda. Cabe ressaltar que as elites brasileiras sempre se interessaram pela educação do povo, não só porque ela oferece munição para melhorarem de vida, mas por causa de seu apelo civilizador. Se a pobreza cria a marginalidade, a educação civiliza.

A pesquisa de Reis não sinalizou uma noção de responsabilidade social entre as elites e sequer uma mudança de mentalidade em relação à redistribuição de renda. Entretanto, outras pesquisas que sucederam a essa apontaram que, para o

mesmo período, um dos segmentos das elites estudado mostrou uma mudança em seu padrão de reflexão e ação frente a questões sociais. A entrada no Brasil do discurso da responsabilidade social corporativa fez com que algumas elites empresariais revissem o seu discurso sobre o setor público, privado e sociedade civil, no que diz respeito às questões sociais brasileiras, e não apenas isso: levou a uma redefinição do estilo de intervenção social, que vinha sendo feito até então com base na caridade e no assistencialismo, para um modelo mais sistemático, persistente e profissionalizado de empreendedorismo social.

Nossos objetivos aqui são compreender o que mudou na percepção dos empresários sobre a pobreza e a participação que eles se propõem a ter para o seu enfrentamento. Além disso, intenta compreender como o discurso da responsabilidade social corporativa vem contribuindo para essa alteração e porque a educação foi tomada como um campo estratégico de investimento social (Vários Autores, 1999; Camarotti e Spink, 2003).

DA RESPONSABILIDADE INDIVIDUAL À RESPONSABILIDADE COLETIVA NA MODERNIDADE

O tema da responsabilidade social, assim como o da igualdade, liberdade e solidariedade, é central nas concepções sociais da modernidade e opera nas definições do comportamento individual e coletivo. A responsabilidade é a tradução moderna de agência, melhor dizendo, ação que decorre das escolhas. Ela se liga à liberdade, porque diz respeito às escolhas privadas e à solidariedade, porque as escolhas pessoais exercem influência sobre os demais membros da coletividade, exigindo a inclusão do outro, reconhecendo seus direitos, levando em conta seu bem-estar social e dignidade. Nesse sentido, a responsabilidade, além de escolha, é também respeito e dever pelo outro. A responsabilidade também se vincula à igualdade, porque ela obriga um compartilhamento por todos, onde cada um responde por seus sucessos

e derrotas igualmente. Em uma sociedade, quanto maior for a demanda pela igualdade, maior a responsabilidade de cada um sobre suas escolhas em relação às suas implicações para o coletivo.

No curso da modernidade, a responsabilidade foi saindo de um referencial individual e ganhando cada vez mais referenciais coletivos. A pobreza, por exemplo, foi concebida e justificada, a princípio, como uma responsabilidade de quem a suportava. Num segundo momento, ganhou o conteúdo de questão social, em que o indivíduo não era mais visto como o único responsável por sua condição de pobre. Havia causas econômicas, sociais e políticas operando conjuntamente, que produziam como efeito as mazelas da sociedade. O pobre, mesmo não sendo absolvido de sua responsabilidade por sua condição, não era mais visto como alguém capaz de resolver por si só a própria vida. A percepção do problema como uma limitação das escolhas e da autonomia individual fez com que o Estado, a partir de meados do século XIX, passasse a ser, na esfera pública, o titular dos interesses coletivos e “depositário da responsabilidade social por aqueles indivíduos incapazes de arcar com os seus ônus.” (Domingues, 2002, p. 269). Sem que fosse o causador dos problemas sociais, passou a ter o dever de remediá-los, abrangendo, para isso, uma multiplicidade de aspectos da vida social. Este é um momento chave da passagem do discurso da responsabilidade individual para o da responsabilidade coletiva.

No contexto mais recente, quando o Estado de bem-estar social é significativamente enfraquecido, está havendo uma retomada do discurso da responsabilidade do indivíduo, o que o torna um dos responsáveis pelo bem-estar coletivo. Isso significa que o Estado não é mais o ator exclusivo para a responsabilidade coletiva, pois ela se torna cada vez mais difusa dentro da sociedade, abrangendo os cidadãos e seus grupos de pertencimento. Através do reordenamento entre as esferas pública e privada, estamos assistindo ao nascimento de novas formas de conceber as responsabilidades em relação ao coletivo.

A responsabilidade social corporativa é

exemplar nesse sentido. As empresas foram assumindo, gradativamente, o discurso da responsabilidade para com todos os seus interessados – grupos com quem mantém diferentes tipos de relação. Milton Friedman, importante teórico da administração de negócios, entendia que a responsabilidade social de uma empresa era tão somente gerar lucro para os seus acionistas. Sua visão tem sido substituída por outra que procura levar em conta um público bem mais amplo, externo à própria empresa.

Quando nos aprofundamos na literatura sobre responsabilidade social corporativa, encontramos uma forte distinção entre o que é a responsabilidade individual – como, por exemplo as motivações que levam o dono de uma empresa a praticar a filantropia – daquela assumida pela corporação em relação à coletividade. A filantropia inserida no contexto da responsabilidade social se converte em cidadania empresarial.

O discurso da responsabilidade social das empresas que temos hoje aparece num contexto bastante amplo. Compõe-se de múltiplas coletividades que se sentem responsáveis pela solidariedade social, sem abrir mão do papel do Estado e sem que nele fiquem confinadas importantes áreas da política social, insinuando um equilíbrio de responsabilidades entre Estado e sociedade civil. Uma ética da participação democrática se forja, defendendo que cada cidadão é co-responsável pela vida pública em geral. Segundo Domingues (2002), o domínio da responsabilidade coletiva pode estar se tornando cada vez mais largo, superando os limites do Estado e levando diferentes grupos a abraçarem as causas da educação, saúde, geração de renda, desenvolvimento social etc.

A AÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS COMO RESPONSABILIDADE E INVESTIMENTO

Empresas que atuam socialmente nas áreas da educação, saúde e cultura não é uma novidade no contexto brasileiro. Fundações empresariais estão presentes em nossa sociedade há muito tem-

po, mas não há como negar que a década de 1990 foi responsável por um forte crescimento desse modelo de ação social empresarial (Cf. Peliano, 2001). Não somente o estilo do investimento foi renovado como também a forma de conceber a ajuda a populações carentes. O formato assistencialista e assistemático foi sendo substituído por um tipo de filantropia de alto desempenho, que primava por seu compromisso com cidadania, direitos humanos e desenvolvimento social (Cf. Melo Neto e Froes, 2001). A caridade promovida pelos donos das empresas foi se convertendo num campo de ação empresarial com gestão, projetos, focos, montantes financeiros e públicos definidos. A recusa ao assistencialismo, nesse novo modelo, aparece claramente na forma como os beneficiados são percebidos pelos investidores. As comunidades carentes – público preferencial – não precisam do peixe mas precisam aprender a “pescar”. A boa ajuda é aquela que leva o pobre a alcançar a sua autonomia, a ser capaz de dar um jeito na própria vida. O pobre tem responsabilidades e deve responder à ajuda que recebe, beneficiando a coletividade, quer seja com o seu trabalho ou com sua participação no enfrentamento dos problemas. Os projetos sociais privados voltados para o desenvolvimento comunitário e geração de renda apresentavam claramente essa nova marca.

Na década de 1990, cresceu o número de entidades fundadas e mantidas por empresas, assim como as redes de apoio a essas iniciativas. São exemplos o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e o Instituto Ethos de Responsabilidade Social. Isoladamente ou em redes, as empresas se viram impelidas e constrangidas a atuarem no campo social.

Nesse mesmo período, o discurso da participação cidadã ganhou corpo, em parte como fruto da Constituição de 1988, marcada por sua ênfase à cidadania. A sociedade civil foi apresentando alto potencial de mobilização e organização, e o terceiro setor – termo usado para se referir à sociedade civil organizada e suas associações com finalidades públicas e sem fins lucrativos – tornou-se mais visível, mostrando o seu dinamismo (Cf.

Landim, 1993; Fernandes, 1994; Santos, 2001). As fundações e os institutos mantidos por empresas são vistos como o braço empresarial do terceiro setor.

Um outro fator que contribuiu para o dinamismo da sociedade civil mencionado acima foi a crise do modelo do Estado de bem-estar social, por razões políticas e econômicas. As demandas sociais, que já eram grandes, tornaram-se maiores, por força da limitação dos recursos a elas destinados. Com isso, as políticas sociais sofreram retrações, acarretando o agravamento da crise social e provocando a entrada de novos atores nessa área. Em um contexto onde os problemas sociais crescem, sem que o Estado responda a contento, com forte fermentação da sociedade civil, a responsabilidade coletiva foi deixando de ser percebida como uma tarefa exclusiva do setor estatal e foi se difundindo por diferentes grupos, até chegar à formulação da noção de cidadão voluntário.

O discurso da responsabilidade social corporativa ganha vulto neste momento, como um debate interno das empresas e animado nos cursos de administração e MBAs, mas recebeu impulso externo provocado por essa noção de cidadania participativa e responsabilidade coletiva frente ao bem-estar público. O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE – teve importante papel nesse processo, através do projeto de Balanço Social e Responsabilidade Social das Empresas, que funcionava como campanha para incentivar as empresas a praticarem a ação social e criava, também, mecanismos de avaliação do envolvimento de uma empresa com diferentes setores da sociedade.

A forma de conceber a responsabilidade social corporativa não é unívoca entre os teóricos da administração de empresas. Há aqueles que defendem que responsabilidade social é o rigoroso cumprimento das exigências legais nas áreas trabalhistas, da concorrência e do meio ambiente e, principalmente, diz respeito à lucratividade da empresa. Outros, entretanto, ampliam mais a noção de responsabilidade social, estendendo-a para todos os aspectos que integram a cadeia produtiva.

va, indo além da letra da lei e praticando ações definidas pela obrigatoriedade legal, com vistas ao bem de um público amplo (Cf. Cheibub e Locke, 2000).

A responsabilidade social corporativa, no enfoque dos stakeholders – que toma como interessados da empresa os acionistas, diretores, trabalhadores e familiares, fornecedores, governo, clientes, comunidade, sociedade e meio-ambiente –, bem como a ação social, ou o investimento social privado, faz parte de um dos seus desdobramentos, por estar direcionada a um dos grupos de interesses da empresa, que são as comunidades externas. Nessa visão, a noção de comunidade é bem larga, podendo significar localidades onde as empresas possuem suas praças, populações vizinhas à área geográfica da empresa, comunidades carentes e mesmo a sociedade como um todo.

Além da falta de consenso a respeito do que é a responsabilidade social corporativa e o que ela envolve, o fato de uma empresa praticar uma ação social não faz dela uma empresa responsável. Esse signo só pode ser desfrutado por empresas que atendam, minimamente, às exigências estabelecidas para com todos os *stakeholders*. Portanto, nem sempre quando falamos de investimento social privado poderá ser feita uma tradução imediata para responsabilidade social corporativa. A própria conceituação ganha teor prático quando vemos que as redes se especializam em uma ou outra coisa. O GIFE, por exemplo, dedica-se ao investimento social privado – ação social voluntária e sistemática sobre comunidades – promovido pelas empresas ou por suas fundações ou institutos. O Instituto Ethos dedica-se a toda a cadeia de ações de responsabilidade social das empresas. Embora possamos reconhecer o esforço para separar essas duas noções, na prática elas vão se interpenetrando nas próprias formulações dos empresários.

A responsabilidade social corporativa não deve ser tomada como um novo sistema econômico ou uma crítica ao capitalismo. Na ótica dos empresários e administradores de empresas, pretende-se, através dela, atenuar os rigores e excessos do sistema econômico, sem ferir as bases da livre iniciativa. Funciona como uma racionalidade

social que faz contrapeso à racionalidade econômica.

Expostas às concepções de responsabilidade social corporativa e também desafiadas a se situarem como parte das soluções e não somente dos problemas gerados pelas crises advindas da reestruturação produtiva e globalização financeira, as elites empresariais acabaram revendo seus posicionamentos frente às questões sociais. Se, por um lado, Elisa Reis (2000) constatou que as elites não possuíam senso de responsabilidade social, por outro, podemos observar que, no mesmo período, ela foi sendo forjada entre os setores empresariais como uma resposta justa à sociedade, pelos benefícios que as empresas dela desfrutam, mesmo quando o agir de forma responsável reverta-se em benefícios para elas próprias, tais como: melhoria da imagem, maior lucratividade, funcionários estimulados por trabalharem em empresa cidadã etc.

No novo discurso empresarial, o Estado não deve ser desresponsabilizado pelo quadro social brasileiro; pelo contrário, deve ser cobrado. Entretanto, empresas e outros segmentos sociais também podem e devem compartilhar dessa responsabilidade, contribuindo com suas competências, compromissos, visão de ação, focos, parcerias e mais. Nesse novo contexto, todos os segmentos sociais têm suas responsabilidades para com o coletivo.

A pesquisa de Elisa Reis permitiu capturar um tipo de mentalidade das elites (empresariais) que se manteve, e a pesquisa do IPEA (Peliano, 2001) apontou para o que está se modificando. Na primeira, fica clara a importância dada às ações que apóiam a igualdade de oportunidades, a fim de superar as desigualdades sociais. Essa impressão foi confirmada pela pesquisa do IPEA, na qual se verifica que a educação e a saúde são os campos de atuação a que as empresas dedicam esforços. Vemos, com isso, certa continuidade para com as políticas públicas, numa nítida relação de complementariedade entre Estado e setor privado. Tal fato sinaliza para um maior comprometimento dos empresários com questões sociais e não só para uma sensibilidade frente aos problemas, demons-

trando, ainda, uma mudança de percepção sobre a divisão de responsabilidades.

O INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO EM EDUCAÇÃO

Tendo em vista que elites respaldam ações sociais que promovem a igualdade de oportunidades, não é difícil perceber porque as empresas tomaram a educação como um foco importante de sua ação social. Trata-se da medida justa e ideal para a erradicação da pobreza, porque, através dela, os indivíduos ficam devidamente munidos de recursos para melhorarem de vida, sem que nenhum outro grupo fique prejudicado nesse processo. Nesse contexto, as elites empresariais que não defendem ardorosamente a igualdade de condições acabam praticando uma modesta distribuição de renda. Segundo Bomeny e Pronko (2002), das empresas que fazem investimento em educação no Brasil, cerca de 20% o fazem para público externo a ela,² e esse tipo de investimento, em sua maioria, atende a cerca de cem pessoas e gira em torno de 50 mil reais anuais, ou seja, em média, as empresas criam projetos onde cada indivíduo beneficiado tem direito a 500 reais anuais e a aproximadamente quarenta reais mensais. Desse modo, essas empresas agem sobre um grupo restrito, porém, com uma ajuda material significativa. Por outro lado, a distribuição de renda não é a maneira como os empresários concebem a responsabilidade social corporativa, pois, como já foi dito anteriormente, não se pretende atingir as bases da livre iniciativa e do capitalismo, mas amenizar o seu impacto sobre os excluídos, o que não figura como estratégia distributiva.

Um dado importante, levantado na pesquisa *Empresários e Educação no Brasil – Primeira Etapa* (Bomeny e Pronko, 2002), mostra que, apesar do destaque dado no discurso das elites empresariais à educação, o seu investimento se man-

teve majoritariamente voltado para o público interno das empresas, isto é, fazendo parte do treinamento de mão-de-obra ou melhoria da escolarização dos funcionários. Isso significa que a responsabilidade social corporativa no Brasil está, na prática, fortemente atrelada aos stakeholders mais diretamente ligados às empresas e ainda não se mostrou capaz de, efetivamente, comprometer-se com as questões sociais que afligem outros *stakeholders*.

Essa pesquisa também mostrou que o número de empresas que declaram investir em educação devido à sua política de responsabilidade social gira em torno de 10%. Isso mostra que uma parcela ainda bastante significativa do setor empresarial guarda forte ligação com o modelo de Estado provedor e não foi atingido ainda a fundo pelo discurso da participação e da responsabilidade coletiva, tal qual Elisa Reis apontara em sua pesquisa. O que nos chama atenção é o fato de que, mesmo quando o investimento se dirige para o público externo da empresa, ele se relaciona, significativamente, com a formação profissional. Sabemos que o novo modelo produtivo exige que os trabalhadores tenham mais habilidades ligadas a uma formação de educação básica do que de atividades técnico-profissionais. Essa constatação levou Sergio Martinic (1998) a formular a hipótese de que o investimento privado transferiria a sua preocupação com o ensino profissionalizante para a educação geral. Essa hipótese parece não ter se confirmado, mesmo em se tratando de uma exigência do desenvolvimento tecnológico. Podemos concluir que a centralidade da educação para os empresários existe de forma independente do discurso da responsabilidade social corporativa, tendo em vista que, desde os anos quarenta, há forte participação do setor empresarial nesse campo, com a criação do “sistema S”.³ Entretanto, mostra-se

² O universo de empresas investidoras em educação desta pesquisa foi de 300. Destas, apenas 59 (20%) declararam fazer investimento para público externo a elas.

³ Esse sistema data de meados da década de 1940 e compõe-se pelo SESI/SENAI, SESC/SENAC e outros. Está intimamente associado à educação profissionalizante, que se tornou um imperativo no período pós Segunda Guerra Mundial, quando vieram à tona os fantásticos avanços tecnológicos da segunda revolução industrial. Isso se refletiu no Brasil com a expansão das indústrias nacionais, tornando urgente a formação e o treinamento profissional dos trabalhadores. Através do “sistema

como uma preocupação instrumental e não corresponde à importância dada à educação como uma arma contra a pobreza. Questionamos se a responsabilidade social corporativa está sendo encampada por muitas empresas mais como uma exigência organizacional do que como um real compromisso com o bem coletivo.

Mas não podemos deixar de considerar o pequeno grupo de empresas mencionado acima, que dirigem suas preocupações para as comunidades externas. Na segunda fase da pesquisa *Empresários e Educação no Brasil*, constatamos que esse tipo de investimento em educação, ainda que pouco difundido, está intimamente relacionado com a idéia de responsabilidade social corporativa, porque incorpora a noção de que as comunidades são focos de interesse das empresas. Em seus projetos, além de mostrarem preocupação com a formação de mão-de-obra, encontramos ações voltadas para o ensino pré-escolar e a educação formal de primeiro e segundo graus. Esses casos sinalizam para o envolvimento das empresas no campo de atuação do Estado – a educação básica – pelo fato de agirem, preferencialmente, em parceria com o setor público, atuando nas escolas e cooperando com sua missão de universalização do ensino. Esse apoio acontece de inúmeras formas e é complementar ao trabalho que a escola pública realiza.⁴

S”, os empresários do setor privado assumiram o compromisso de agir no campo da educação (SENAI/SENAC), da saúde, do lazer e do esporte (SESI/SESC) e seguridade social, a fim de garantir assistência a populações sem condições mínimas de renda. O “sistema S”, mostrou-se o corolário do envolvimento dos empresários no campo social. Ver Angela Maria de Castro Gomes, *Burguesia e trabalho: política e legislação social no Brasil, 1917-1937*. Rio de Janeiro: Campus, 1979.

⁴ Na primeira etapa da pesquisa *Empresários e Educação no Brasil*, não foi possível identificar que tipo de cooperação era esta, pois tratava-se de um estudo quantitativo. Na segunda etapa, foram selecionados 20 casos de investimento privado, a fim de conhecer-se mais a fundo o tipo de parceria que as empresas têm mantido com as escolas públicas no Brasil. O que ficou esclarecido é que não existe um padrão seguido por todas as empresas nesse campo. Aplica-se aqui a noção de que “cada caso é um caso”. Há investimento na qualificação de professores, na melhoria da gestão escolar, no combate à evasão e ao fracasso escolar, projetos de educação complementar, como, teatro, esporte, arte, qualificação profissional etc., doação de equipamentos de informática ou de bibliotecas. Não encontramos nenhum caso onde houvesse doação direta de recursos financeiros para a escola sem que a empresa participe do processo de elaboração e execução dos projetos.

Encontramos também uma forte preocupação com a qualidade do ensino, e isso se expressa nos projetos desenvolvidos para a qualificação do magistério, a gestão e o combate ao fracasso escolar. Prevalece, também, a percepção de que quanto melhores forem os serviços oferecidos pelas escolas públicas, mais recursos os pobres terão para superar essa condição.

RESPONSABILIDADE SOCIAL: transparência e qualidade da ação

Observamos, até aqui, que há, entre as elites empresariais, um discurso sobre responsabilidade social, mas que não alterou a forma como eles percebem as soluções para a pobreza e desigualdade social, porque privilegiam amenizar a distribuição não igualitária de oportunidades e não a correção das condições para que a competição no campo social se dê de forma mais justa. As empresas, ao se envolverem com questões sociais, o fazem tecendo críticas às políticas sociais dos governos sem, no entanto, pretender que o Estado se afaste das questões sociais, como alguns estudiosos suspeitam (Montaño, 2002). Além disso, anunciam um tipo de intervenção que pretende superar o modelo assistencialista e capaz de alterar a realidade concreta dos beneficiados. Esse conjunto de observações levanta questões relacionadas com a eficácia dos projetos sociais implementados pelos investimentos privados.

Sendo a ação social de uma empresa um ato voluntário, é possível cobrar os resultados de tais ações? Por não se tratar de um investimento público, o investimento privado não pode ser cobrado no que tange à sua cobertura ou universalização, ou mesmo à sua qualidade. O foco das empresas sempre será restrito àquilo que chamam de relação stakeholder-comunidade. Um excelente projeto privado poderá ser implementado; entretanto, não dará conta da totalidade dos problemas sociais existentes no país. Isso significa que, ao fazerem um bom programa de educação, por exemplo, o mesmo poderá sofrer influências negativas

advindas da falta de programas direcionados para o desenvolvimento de outros aspectos sociais como saúde, trabalho etc. Ainda que uma empresa amplie e incorpore outras frentes de ação, a eficácia dos projetos dependerá da capacidade de fazer parcerias privadas, públicas e com o próprio grupo beneficiado. Esse aspecto ressalta um lado positivo do investimento social privado, que é uma agilidade maior de ação e resultados do que a dos mecanismos burocráticos públicos, e por se colocar mais próximo das demandas locais, abrindo grande margem de flexibilidade para a implementação do projeto. Desse modo, a questão da eficácia não pode ser formulada tendo em mente todas as demandas sociais, mas somente dentro daquilo que os investidores se propõem a fazer.

Se um projeto está alcançando o resultado que anunciou, ou se o investimento traz apenas benefícios corporativos, como a boa imagem da empresa, ainda é algo a esclarecer. Esse ponto é importante porque, não obstante estar ocorrendo um alargamento da noção de responsabilidade coletiva para a sociedade como um todo, há uma forte desconfiança de que ações implementadas a partir da sociedade civil, por entidades religiosas, ONGs, empresas, fundações etc. sejam um embuste capaz de contribuir ainda mais para a ausência do Estado no tratamento dos problemas sociais (Cf. Montaño, 2002). No caso das empresas, pelo fato de existir isenção fiscal para tais investimentos – ainda que muitas delas não limitem o investimento a tal estímulo –, o que pesa é a necessidade de transparência na realização dos projetos e a avaliação dos seus resultados. Não se trata de uma imposição de fora para dentro da empresa, mas de algo que é do interesse dos próprios acionistas, funcionários, governos e comunidades, por serem stakeholders das empresas. Acionistas precisam saber se o investimento produz resultados e se os recursos estão sendo bem empregados. Funcionários precisam saber se os gastos sociais da empresa, que poderiam ser convertidos em melhores salários, estão contribuindo para que grupos externos gozem de uma vida melhor. O governo precisa de dados que informem se os recursos que

deixou de arrecadar estão promovendo o bem público. Por fim, as comunidades beneficiadas, e principalmente elas, precisam conhecer minimamente a seriedade de tais projetos, a fim de não se tornarem vítimas de programas sem qualidade e que podem produzir frustrações, pois eles também investem tempo e esforços para se integrar aos projetos e receber esta ajuda. Ser socialmente responsável tem um outro lado da moeda, a transparência e a avaliação, um assunto ainda não muito estudado no Brasil sobre a validade dos projetos sociais.⁵

Peliano (2001) trouxe à tona a tensão existente sobre a responsabilidade social corporativa em sua dimensão moral e na dimensão dos interesses que motivam tais práticas. Essa tensão não está presente apenas nas análises acadêmicas, mas também na ótica de quem as pratica, pois, mesmo reconhecendo que o investimento social traz benefícios para as empresas, os seus responsáveis afirmam que se trata de uma ação altruísta e desinteressada. Para a autora, os dois aspectos não são excludentes e não devem ser motivo para a desqualificação do serviço prestado pelas empresas ao público. Fazer o bem pode, de fato, trazer compensações para as empresas. O fato é que a ação voluntária do setor empresarial, dentro do contexto de participação e da disseminação da responsabilidade coletiva, é altamente positiva para o fortalecimento da democracia. Desse modo, mesmo que os projetos implementados não sejam mais que ações emergenciais, sem lançar raízes profundas para a superação das questões sociais, eles podem estar contribuindo para o adensamento da sociedade civil e fortalecendo a concepção pública de cidadania. Empresas não costumam fazer investimentos sociais sem esperar produzir algum retorno para elas mesmas, ainda que não seja de imediato ou de forma direta. Queremos chamar a atenção para o fato de que há uma dimensão da responsabilidade, quer individual ou coletiva, que

⁵ Por esta razão a tese de Rodrigues (2004) é promissora para o desenvolvimento de metodologias de avaliação que levem em conta a eficácia pública e privada do investimento social das empresas.

é o auto-interesse. Isso significa que ser responsável implica auto-ajudar-se sem prejudicar o outro. A autonomia para agir livremente não é constrangida pelo interesse próprio, mas pela capacidade de levar em conta o bem-estar alheio. No caso de intervenções privadas na área social, não há como levar as empresas a renunciarem a seus interesses. Entretanto, retornamos ao argumento da avaliação da qualidade, a fim de ressaltar que o público atendido não pode ser prejudicado pelas escolhas que os investidores fizeram. Um empreendimento de alfabetização precisa alfabetizar, um curso profissionalizante precisa capacitar, um projeto de geração de renda deve levar a isso. Desse modo, a avaliação não será um constrangimento ou uma censura à ação voluntária, mas um desdobramento da responsabilidade coletiva.

Quanto à escolha da educação como uma arma para o enfrentamento da pobreza, observamos que se esboçam algumas iniciativas que primam pela noção de igualdade de condições. O Instituto A, por exemplo, procura valorizar os alunos da rede pública com defasagem série-idade, colocando-os na posição de monitores de alunos de séries anteriores, oferecendo recursos materiais, educacionais e fortalecendo a sua auto-estima como mecanismo de auxílio ao seu progresso escolar. Uma discriminação positiva é realizada, a fim de promover condições mais igualitárias entre eles e os alunos que freqüentam a escola em condições ideais. Outro exemplo é o Instituto B, que tem um projeto de profissionalização e oferta de estágios em empresas para alunos afro-descendentes. Apesar de tais iniciativas, práticas desse tipo ainda são muito pontuais.

As causas da pobreza e da desigualdade podem ter raízes em contextos não necessariamente econômicos. Um exemplo é o fato de as escolas se mostrarem mais acolhedoras para o público feminino do que para o masculino. As mulheres têm progredido mais nos estudos do que os homens. E verificamos uma ausência, nos projetos públicos e privados, de ações que levem em conta a questão de gênero. Homens pouco escolarizados têm dificuldades para obter melhores ocupações,

e o risco de eles serem atraídos para atividades ilícitas se torna maior. Por outro lado, as escolas também não têm políticas de apoio às jovens gestantes. O problema da gravidez na adolescência cresce, e a escola não está preparada para prevenir este fato e nem para enfrentá-lo. Quando essas jovens evadem da escola devido à gestação, muitas delas não retornam, dificultando a sua entrada no mercado de trabalho futuramente. Outros problemas podem ser somados a esses, porém, a razão de chamarmos atenção para eles se deve ao fato de que projetos privados, devido à sua flexibilidade quanto ao público, maior limitação financeira e sua impossibilidade de universalização, poderiam ser muito bem aproveitados se fossem capazes de incluir medidas de ação afirmativa para diferentes grupos, criando condições para que eles consigam competir com os demais em melhores condições. Sem querer menosprezar a grande contribuição que é trazida pelo setor privado ao cooperar com a escola pública – ensino formal ou profissionalizante – é preciso superar a percepção de que a igualdade social é promovida apenas quando são oferecidas oportunidades iguais. Existem grupos que, se não forem atendidos de forma mais particularizada, acabarão engrossando as fileiras da pobreza e da desigualdade social de forma mais premente. Há, aqui, um campo fértil para a criatividade dos investimentos privados que podem, dentro de suas possibilidades, produzir resultados promissores.

CONCLUSÃO

Ao tomarmos a educação como foco de investimento social, quer como arma contra a pobreza de modo geral, quer como capacitação de mão-de-obra para as empresas ou como um instrumento civilizatório, chamamos atenção para um dado que Hirschman (1987) identificou quando estudou projetos comunitários em vários países da América Latina, a que chamou de seqüência inversa. Observou que a visão econômica convencional afirma que é preciso dar alguns passos em uma direção determinada, a fim de se alcançar o progresso

e o desenvolvimento coletivo. Um dos passos privilegiados, para isso, é a educação. Sem negar essa direção, o autor mostrou que a educação pode, em alguns casos, ser conseqüência do desenvolvimento e não a sua causa. Em suas palavras: “Fomos fortemente condicionados a considerar a educação como o primeiro motor e o pré-requisito do desenvolvimento... a seqüência pode ser invertida, ou seja, que a educação... será freqüentemente induzida pelo desenvolvimento” (Hirschman, 1987, p. 8). Segundo o autor, a educação não é necessariamente a causa do desenvolvimento ou da superação da pobreza. Ela pode ser legitimamente considerada o resultado de ações e políticas distributivas. Neste sentido, uma melhoria na distribuição de renda do país poderia criar um ambiente mais favorável à educação, o que tornaria o país mais competitivo economicamente e mais democrático. Essa seqüência ajuda-nos a perceber que um “bolo”, mesmo repartido, pode crescer de forma surpreendente. Frente a isso, os empresários movidos pelo senso de responsabilidade social poderão, através de projetos voltados para a geração de renda, promover o fortalecimento dos laços comunitários, o primeiro emprego, dentre outros, e estar igualmente colaborando para a melhoria da educação no Brasil e abrindo-se para uma nova forma de perceber e agir sobre a pobreza.

(Recebido para publicação em abril de 2004)
(Aceito em agosto de 2004)

REFERÊNCIAS

- BARROS, Ricardo Paes *et al.* Desigualdade e pobreza no Brasil: retratos de uma estabilidade inaceitável. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. São Paulo, v. 15, n. 42, p. 123-142, fev. 2000.
- BOMENY, Helena; PRONKO, Marcela. *Empresários e educação no Brasil*. Rio de Janeiro: PREAL/CPDOC/FGV Fundação Ford, 2002. 72 p.
- CAMAROTTI, Ilka; SPINK, Peter. *O que as empresas podem fazer pela erradicação da pobreza*. São Paulo: Instituto Ethos, 2003. 112 p.
- CHAIBUB, Zairo; LOCKE, Richard. *Valores ou interesses? Reflexão sobre a responsabilidade social dos empresários*. Rio de Janeiro: 2000. 11 p. Mimeo.
- DOMINGUES, José Maurício. *Interpretando a modernidade. Imaginário e Instituições*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002. 317p.

FERNANDES, Rubem César. *Privado porém público. Terceiro setor na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume Dumará. 1994. 156 p.

HIRSCHMAN, Albert O. *O progresso em coletividade. Experiências de base na América Latina*. Rosslyn: Fundação Interamericana, 1987. 75 p.

LANDIM, Leilah. *Para além do mercado e do Estado? Filantropia e cidadania no Brasil*. Rio de Janeiro: ISER, 1993. 86 p.

MARTINIC, Sérgio. *O discurso empresarial sobre educação: orientações e práticas de colaboração*. In: BOMENY, Helena. *Ensino básico na América Latina. Experiências, reformas, caminhos*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998. p. 159-178.

MELO NETO, Francisco de Paulo; FROES, César. *Gestão da responsabilidade corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualimarty Ed., 2001. 189 p.

MONTAÑO, Carlos. *Terceiro setor e a questão social. Crítica ao padrão emergente de intervenção social*. São Paulo: Cortez Ed., 2002. 288 p.

PELIANO, Ana Maria T. Medeiros (Org.). *Bondade ou interesse? Como e por que as empresas atuam na área social*. Brasília: IPEA, 2001. 103 p.

REIS, Elisa P. *Percepções da elite sobre pobreza e desigualdade*. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 15, n. 42, p. 143-152, fev., 2000.

RODRIGUES, Maria Cecília Prates. *Ação social das empresas privadas: uma metodologia para avaliação dos resultados*. 2004. 327 fls. Tese (Doutorado em Administração) – Escola Brasileira de Administração Pública e Privada da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *A democracia e seu futuro no Brasil*. In: VELLOSO, João Paulo dos Reis (Org.). *Como vão o desenvolvimento e a democracia no Brasil?* Rio de Janeiro: José Olympio, 2001. p. 231-250.

SCHWARTZMAN, Simon. *As causas da pobreza*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004. 208p.

VÁRIOS AUTORES. *O que as empresas podem fazer pela educação*. São Paulo: CENPEC, Instituto Ethos. 1999. 64 p.