

Capítulo I

O Papel das Empresas nas Sociedades Contemporâneas

As Empresas na Sociedade

Pretende-se, neste capítulo, apresentar a sustentação teórica imprescindível para a realização da parte empírica deste estudo. O principal objectivo consiste, por um lado, em perceber o papel que as empresas têm na sociedade onde elas se inserem e, por outro lado, compreender esse papel sob o ponto de vista sociológico.

Será que o papel da empresa se restringe apenas em gerar lucro para os accionistas?

Qual deve ser a contribuição das empresas perante os problemas sociais que afligem as comunidades onde elas operam? Estas são algumas das interrogações que me orientaram na pesquisa bibliográfica.

Para Salgueiro (2002: 4), a revolução tecnológica dos últimos anos trouxe profundas alterações. Essas alterações, no mundo laboral têm uma expressão quantitativa, mensurável através das estatísticas, mas é principalmente a nível qualitativo que as suas manifestações alcançam maior diversidade, o que introduz dificuldades acrescidas na avaliação dos seus efeitos económicos e sociais.

Na discussão sobre o papel das empresas na dinâmica social, há posições que defendem que pagando impostos e cumprindo a legislação elas cumprem suficientemente a sua função social. Outras entendem que a empresa tem responsabilidades com seu entorno, além dos compromissos legais, tanto por sua dimensão económica e penetração na sociedade, como pelo seu potencial de transformação. Autores, como Schommer, chamam a atenção de que a principal função social de uma empresa é gerar lucros e gerir com eficiência e eficácia os recursos envolvidos em sua actividade. Mesmo que ela desempenhe actividades voltadas para a comunidade, é imprescindível que cumpra bem as funções relacionadas com o seu negócio (Schommer¹).

Acreditavam que cabia ao governo, às igrejas, aos sindicatos e às ONGs o suprimento das necessidades comunitárias por meio de acções sociais organizadas, e não às

¹ Paula Chies Schommer, (s/d), *Empresas e Sociedade: Cooperação Organizacional num Espaço Público Comum* (NPGA/UFBA), Disponível em <http://www.anpad.org.br/eneo/2000/dwn/eneo2000-38.pdf>

corporações, pois a estas cabia satisfazer os accionistas, (in Lopes (2006: 21). Mas, quem patrocina as ONGs?

A década de 1970 trouxe a preocupação sobre *como* e *quando* as empresas deveriam responder por suas obrigações. Nesta perspectiva, verifica-se implicitamente que o papel da empresa passa por garantir retornos financeiros aos seus accionistas, produzir para garantir o bem-estar dos seus proprietários, garantir a função tradicional da empresa, o resto ficaria por conta do Estado e de outras instituições.

Não foi, por acaso, que Wood (2001: 181) considerou que nós humanos cultivamos com estranha persistência o hábito de nos tornarmos vítimas das armadilhas que nós mesmos criamos. Ou seja, a empresa caracterizada como uma organização com fins lucrativos foi, especialmente durante o século XX, o mais importante meio de acumulação de riqueza. Desta forma, evidencia-se, assim, a importância das empresas como sustentáculos do paradigma de mercado e da acumulação de riqueza. Mas esta realidade tem vindo a mudar.

As empresas começam a enquadrar, na sua estrutura interna de produção, outras realidades que a prestigiam, para além da sua actividade tradicional, ao olharem para os problemas sociais e ambientais, fruto de uma pressão cada vez maior da sociedade civil e de movimentos sociais amigos do ambiente.

Da crise do petróleo, aliada a um novo sistema mundial de cunho competitivo expresso pelo processo de globalização económica, à retracção do Estado e à emergência da sociedade civil na luta pelos direitos humanos e sociais, foram vários eventos que impulsionaram uma reestruturação no mundo empresarial (Costa, 2005: 73).

Diante desta situação, muitas empresas passaram a exercer um papel diferenciado do tradicional provedor de bens e serviços. Ou seja, a sociedade passou a reconhecer que as empresas, como grandes portadoras e geradoras de riquezas materiais, também deveriam e poderiam assumir uma maior responsabilidade para com a sociedade, assumindo e participando em causas sociais (Schroeder e Schrorder, 2004: 5).

Mas, para Grant (1991), esta suposição de que as empresas se especializam nas actividades económicas, ainda que as leis fiquem na esfera política e social de decisão, é refutada empiricamente pela realidade dos ambientes dos negócios, os quais estão envolvidos na esfera da lei, tanto na dimensão legislativa quanto na jurídica, desempenham um papel político e têm poder económico para influenciar a formulação de políticas públicas na esfera económica e social, algo que as empresas sempre o fizeram, desde a Revolução Industrial, para proteger os seus interesses no mercado (in Borger, 2001: 20).

Nas suas palavras, as empresas foram e são uma força política na economia mundial, embora o seu comportamento nem sempre tenha sido socialmente responsável.

Constata-se aqui o poder que as empresas e seus empresários detêm na sociedade, algo que se reflecte ainda mais nas grandes empresas multinacionais com poder para influenciar todas as esferas da sociedade, permitindo que estas empresas possam fazer o que melhor é viável para a sua actividade. As grandes multinacionais ainda exercem uma influência directa nas decisões do Estado. Nenhum empresário quer ver os seus negócios em risco. Porém, algumas empresas desenvolvem os seus negócios sem precaver as consequências das suas actividades, com fortes impactos para a sociedade. Aliás, como constata Friedman (1985), “(...) *é papel básico do governo numa sociedade livre promover os meios para modificar as regras, regular as diferenças sobre seu significado e garantir o cumprimento das regras por aqueles que de outra forma não se submetem a elas*” (in Borger, 2001: 19). Porém, como afirma Araújo (2006), também “(...) *o Estado é responsável por atender as demandas sociais e combater o quadro de exclusão social*” (in Lopes, 2006: 17).

Friedman (1970) considera que os negócios devem limitar a sua Responsabilidade Social à maximização dos lucros e obedecer às leis. Retrata os negócios como uma autoprocureira do lucro; outras considerações sociais são da responsabilidade da sociedade. Neste sentido, segundo este autor, se a busca de eficiência económica pelos negócios entra em conflito com as preocupações sociais da sociedade mais ampla, então, é prerrogativa da máquina política e social restringir os negócios sob a forma de sanções legais que afectem as decisões económicas (in Borger, 2001: 18).

Para as empresas que só centram a sua atenção na actividade dos negócios lucrativos, e ignoram os outros problemas que hoje afectam muito as nossas sociedades, começam a ver a sua actividade em risco e procuram alternativas para inverter a situação. Algumas empresas encontram nos problemas sociais uma mais-valia para projectarem o seu produto, a sua imagem e salvar os seus negócios. Outras, fazem-no por cidadania empresarial, sem necessidade de pressões sociais ou políticas.

Nos dias que correm, a ideia de que os altos funcionários das grandes empresas e os líderes trabalhistas têm uma responsabilidade social, além dos serviços que devem prestar aos interesses de seus accionistas ou de seus membros, começa a ganhar cada vez maior aceitação. Mas, para Friedman (1985), este ponto de vista mostra uma concepção fundamentalmente errada do carácter e da natureza de uma economia livre.

Nesta matéria, os economistas neoclássicos mantêm uma posição demasiado liberal. Estes vêem a organização da sociedade como a divisão em grandes áreas funcionais, cada uma delas com a sua função.

A *função política* está a cargo das organizações políticas, como de sindicatos e representantes dos trabalhadores que apoiam e defendem seus interesses. A *função social* compete ao Estado/governo que é responsável pelo bem-estar geral. A *função económica* compete aos negócios que são responsáveis pela maximização do lucro, pela manutenção de uma competição pujante (in Borger, 2001: 18).

Borger considera que a independência dessas três esferas protegeria a liberdade individual e a competitividade no mercado. Trata-se de um modelo que pressupõe as questões éticas na esfera individual, já que, na sociedade, elas se manifestam por meio das normas e padrões de conduta social estabelecidas, as quais se reflectem no arcabouço legal e jurídico. Quando essas normas e padrões são violados, tornando intoleráveis alguns aspectos dos negócios, cabe à sociedade por intermédio de suas instituições coagir as empresas a cumprir as regras e os padrões legalmente estabelecidos (Borger, 2001: 18). Só que, na maioria das vezes, as instituições que representam a sociedade estão nas mãos dos grandes empresários e, sendo assim, vêm-se coagidas pelo poder financeiro das empresas e ficam sem alternativas para alterar a situação. O papel do Estado não se tem feito sentir, ficando, em certos casos, como um espectador perante os problemas sociais que enfermam a sociedade. Ambos, empresários e Estado, precisam criar um clima de confiança e de entendimento para coordenarem esforços em prol do bem comum, sem que nenhuma das partes fique prejudicada.

As empresas, assumindo a sua Responsabilidade Social, ajudam a desenvolver diversos programas, de entre eles, as relações com os empregados, o serviço ao público e à comunidade, a protecção ambiental, a defesa do consumidor, a assistência médica e educacional, o desenvolvimento e renovação urbana, a cultura, a arte e recreação (Schroeder e Schrorder, 2004: 5)

Vassallo (2000) considera que as acções de Responsabilidade Social estabelecem, de maneira obsessiva, uma transformação no modo como as empresas conduzem os seus negócios. De acordo com o autor, estas transformações, em alguns países, atravessam problemas estruturais como a fome, a violência, a doença, a carência de educação formal, entre outros (in Schroeder e Schrorder, 2004: 5). O autor acrescenta, ainda, que a actividade empresarial pode ser abrangente e preocupante. Preocupante por dois motivos diferentes: a primeira preocupação, deve-se ao facto de algumas empresas não cumprirem

com o seu papel social e, então, dificultam ainda mais um desenvolvimento social sustentável e mais humano; a segunda preocupação lança um desafio maior, pois envolve uma reflexão sobre qual a sociedade é mais apropriada não somente ao desenvolvimento económico, mas também ao desenvolvimento humano. Contudo, o autor é da opinião que as empresas são grandes centros de poder económico e político, interferindo directamente na dinâmica social. Desta forma, assumindo as causas sociais, elas estariam devolvendo à sociedade parte dos recursos humanos, naturais, financeiros que consumiram para a alavancagem do lucro da sua actividade (*idem*).

Diante de todo este cenário, considera-se que as empresas, como grandes centros de poder e que detêm grande volume de recursos financeiros e humanos, têm importância e capacidades fundamentais para enfrentar os problemas estruturais. As empresas têm de competir num ambiente de negócios cada vez mais complexo, onde não é mais suficiente oferecer qualidade e preço competitivo, não é mais suficiente obedecer às leis e pagar impostos (Borger, 2001: 8). Cada vez mais, as empresas são pressionadas a “(...) *olhar intensamente o impacto das suas operações dentro e fora de suas paredes institucionais e, cuidadosamente, verificar os impactos de suas políticas e ações² nos seus empregados, clientes, comunidades e na sociedade como um todo*” (*idem*).

De ano para ano, aumenta o número de empresas interessadas em difundir a sua contribuição social, além do que era tradicionalmente habitual. Trata-se de renúncias voluntárias motivadas por uma nova cultura empresarial ou por conversão de capital para o *investimento social privado*, em busca de melhoria de imagem e obtenção de capital reputacional (Costa, 2005: 68).

Portanto, o avanço do poder das empresas na sociedade abarca, para além das suas responsabilidades tradicionais como fornecedora de bens e serviços, outra responsabilidade bem mais ampla, a do bem-estar social do homem, afirmando-se como garantes do bem-comum (Schroeder e Schrorder, 2004: 6). Ou, como reconhece a Comissão das Comunidades Europeias (2001), as empresas tornam-se numa importante componente da sociedade, geram crescimento económico e riqueza, criam e mantêm postos de trabalho.

Perante esta situação, Schroeder acredita que tanto o Estado como a sociedade não se poderiam privar da discussão sobre a possibilidade objectiva das empresas terem a permissão social para serem as únicas ou as mais importantes reguladoras da vida humana, podendo arbitrar o que deve ou não ser feito pela e para a sociedade. Ou seja, a empresa,

² Citação em conformidade com a norma ortográfica do português Brasileiro.

além de prover a sociedade de bens e serviços, terá sob seu domínio o bem-estar do cidadão. Também, na opinião de Lopes (2006: 28), as empresas devem ser responsáveis pelas consequências das suas operações, incluindo os impactos directos assim como as exterioridades que afectam terceiros, o que envolve toda a cadeia produtiva e o ciclo de vida dos produtos. Ou seja, no contexto actual em que as empresas operam não basta oferecer trabalho, seguir correctamente as regras tributárias; cada vez mais as empresas são pressionadas a pensarem nas consequências negativas que poderão advir da sua actividade.

Para Enriquez (1997: 10), a empresa difunde uma visão do futuro social. Ela se encarrega, não somente do desenvolvimento económico da nação, mas também do seu desenvolvimento social, psicológico e cívico. Nenhum dos domínios da vida lhe são, *a priori*, proibidos, pois ela se considera com ‘responsabilidade ilimitada’. Compreende-se, assim, que as empresas, para além das suas obrigações económicas, têm obrigações para com a sociedade.

A Sociologia tem dedicado particular atenção ao estudo e intervenção no domínio das organizações e das empresas em particular.

Sainsaulieu e Segrestin (1986), os primeiros sociólogos a utilizarem a expressão “Sociologia da Empresa”, mostraram que os anos 80 marcaram, para a Europa e para a França em particular, uma época tão importante para a empresa quanto foi o Maio de 68 e os anos seguintes para a evolução dos modos de vida (in Kirschner³).

Segundo Kirschner, as empresas são construções sociais no sentido clássico do termo, onde questões como eficiência, competitividade e qualidade podem ser vistas a partir do papel social que cabe às mesmas assumir em tempos de globalização e de reformas no mercado.

Para Kirschner as empresas têm um triplo papel: produzem o produto, obtêm lucro e asseguram a coerência dos indivíduos que a compõem. Porém, acrescenta a autora, se a empresa falhar em um destes pontos, a sua existência fica comprometida.

Já Michel Liu (1992) é da opinião que a empresa deve ser considerada como um sistema aberto, pois conjuga as noções de autonomia e dependência em relação aos ambientes em que se insere. Defendendo a questão das trocas contínuas da empresa com o meio, o autor considera que, se por um lado, a empresa sofre diferentes tipos de constrangimentos do meio em que actua (económicos, técnicos, políticos, culturais, de

³ Disponível em http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_2.pdf, Consultado em 19/03/08, Nueva Sociedad 202, doutorada em Sociologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

entre outros), por outro lado, ela devolve à sociedade algo diferente daquilo que recebe. Os seus funcionários são pessoas que trazem as mais distintas culturas e formações e que juntos devem dar sua parte para que a empresa realize seu triplo projecto. Porém, os membros de uma empresa formam um colectivo que apresenta uma identidade e uma cultura própria. Isto porque a empresa é criadora do social, no sentido daquilo que une os indivíduos e constitui uma sociedade (in Kirschner).

Contrariando as abordagens que consideram a empresa como um agente passivo perante a sociedade onde actua, Kirschner refere que a adaptação da empresa às imposições económicas e técnicas que vêm do meio exterior não é algo mecânico. Ou seja, no seio da empresa, os actores têm sempre escolhas possíveis; eles constroem uma organização cujo resultado é sancionado pelo lado de fora, pelo exterior, pelo mercado...

Sainsaulieu, o *founder father* da Sociologia da Empresa francesa, citado por Kirschner, considera a empresa como uma realidade humana viva que dispõe de uma vasta gama de recursos diferenciados - esta agregação de indivíduos transformam-se em actores sociais. A empresa contemporânea não se limita a gerir e manter recursos económicos, técnicos e humanos, como foi o caso até alguns anos atrás. Hoje, a invenção e o desenvolvimento de novos recursos se impõem como exigência de sobrevivência económica. A propósito desta temática, Sainsaulieu escreveu:

O olhar sociológico sobre a empresa desvela dos fenómenos consideráveis para a compreensão de seu futuro. Por um lado, a empresa é uma entidade em si que hoje em dia encontra sua força e sua eficiência, não mais nas virtudes e nas possibilidades de seus dirigentes, mas no valor criador de seu próprio sistema de funcionamento. Por outro lado, autônoma porque se tornou social em seu âmago, a empresa não pode mais limitar sua eficiência unicamente ao lucro económico, ela “fabrica” também emprego, tecnologia, solidariedades, modos de vida, cultura (in Kirschner: 6).

Perante este facto, a função social da empresa pode ser analisada a partir de dois eixos: o primeiro, privilegia a relação empresa/sociedade, estudando o tipo de interacção estabelecido com a dinâmica da sociedade; o segundo, enfatiza o que a empresa faz de facto para assegurar a coesão e mobilização de seus funcionários.

Para Kirschner, a Sociologia da Empresa vai além dos modelos que definem o espaço fabril como espaço de relações antagónicas de classe. A empresa tem uma função identificadora na sociedade e constitui, portanto, verdadeira instituição social: ela instaura um conjunto de relações sociais e culturais e produz, assim, identidades novas. Nela se desenvolvem relações de oposição e de aliança e o actor vivencia as relações de trabalho

de forma interactiva e estratégica. Para esta autora, a Sociologia da Empresa rompe com os modelos que interpretam as estratégias dos actores apenas em termos das oportunidades de poder e omitem da análise a função dos valores e lógicas colectivas que permeiam as práticas sociais. Considera que a mobilização dos recursos humanos para fins económicos depende não só das capacidades profissionais, mas também das regulações das relações sociais de produção de forma a suscitarem a complementaridade das acções colectivas, a solidariedade, a comunicação e a criatividade no seio do sistema social.

Capítulo II

Responsabilidade Social Empresarial

Neste capítulo pretende-se perceber as etapas da evolução da Responsabilidade Social Empresarial; Compreender os diversos posicionamentos sobre este conceito e identificar os aspectos que o caracterizam e os atributos que o compõem; Compreender a posição dos diversos autores sobre o conceito de Responsabilidade Social Empresarial e verificar a relação entre o mesmo e outros conceitos, procurando compreender as semelhanças e diferenças entre eles.

2.1. Breve Contextualização da Responsabilidade Social Empresarial

O século XX foi marcado por profundas transformações e significativos progressos nas mais diferentes áreas da ciência, tais como na Medicina, Tecnologia, Comunicação, economia, entre outras. No entanto, nesse mesmo período, cresceu o número dos excluídos, desempregados, pessoas que vivem em extrema pobreza, em virtude da desigualdade na distribuição dos rendimentos (Lopes, 2006: 17).

De acordo com Lima (2002), já nos finais do século XX, assistiu-se a uma crise de identidade do Estado protagonizada pelo modelo económico de cunho neoliberal, com discussões e questionamentos sobre o seu papel e sua amplitude/dimensão. Assiste-se à decadência do Estado-providência e do Estado de bem-estar-social (in Lopes, 2006: 17).

Se, por um lado, o Estado vai perdendo campo na sua capacidade de actuação, por outro lado, verifica-se uma participação progressivamente maior do mercado na realização de anseios sociais. Neste âmbito, o contrato social entre o empresário e o Estado também foi abalado.

Não obstante, a crise económica e social dos anos 80 que passou a ser captada, interpretada e direccionada para o Estado, gerou um abalo na confiança em relação à sua operacionalidade. Tudo isto fez com que o Estado do bem-estar social, com seus serviços a baixar de qualidade aliada à falta de recursos financeiros, enfrentasse dificuldades em atender às demandas sociais crescentes. Este facto, também gerou uma crise de confiança na capacidade do Estado, exigindo a busca de novas alternativas (Schroeder e Schrorder, 2004: 5).

No início da década de 1960, a temática sobre Responsabilidade Social Empresarial começou a tornar-se popular nos EUA. Segundo Oliveira (2002), os acontecimentos e as transformações sociais destacavam os problemas socio-económicos e, de certa forma, prepararam o ambiente para a sua aceitação (in Lopes, 2006: 20-21).

O mesmo cenário aconteceu na Europa Ocidental onde, como refere Dias e Duarte (in Lopes, 2006: 21), se multiplicaram as ideias sobre responsabilidade social, a partir de finais da década de 1960, em artigos de revistas e notícias de jornais que divulgavam a originalidade Norte-Americana. Contudo, como afirma Ashley (2003), a discussão sobre a inserção da empresa na sociedade e das suas responsabilidades fora já tornada pública em 1953 (in Lopes, 2006: 20).

Apesar de todo o reconhecimento e importância que a Responsabilidade Social Empresarial tem tido na sociedade actual, o seu entendimento ou a sua conceitualização não tem sido consensual. Aliás, como afirma Araújo (2006), o conceito de responsabilidade social ainda é alvo de controvérsias e múltiplas interpretações (in Lopes, 2006: 28).

Outros autores, como Costa (2005: 79), testemunham este facto ao considerar que o tema da responsabilidade social empresarial (RSE) está na moda, tanto no ambiente empresarial quanto no mundo académico e nos média e, por esta razão, mover-se nele é entrarmos em campo movediço e de batalha, na medida em que ele carrega tensões. Esta opinião é secundada por Santos *et al.* (2006: 24) ao afirmar que o conceito de responsabilidade social não é fácil de definir e está longe de ser consensual.

E como tem evoluído?

A *nível Mundial*, a consciencialização acerca da responsabilidade que as organizações têm na transformação e no desenvolvimento dos ambientes onde actuam surge expressa na Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em 1972. Anos depois, estes princípios são reiterados e mundialmente assumidos no Relatório de Brundtland (1997), onde se apresenta o desenvolvimento sustentável como *o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades* (Santos *et al.*, 2006: 30).

Contudo, segundo estes autores, só em 1992, na Cimeira do Rio (Cimeira da Terra), surge a resolução, denominada a *Agenda 21*, que consolida os três pilares, *económico, social e ambiental*, a partir dos quais se devem alicerçar as estratégias de desenvolvimento sustentável. Ou seja, só passados vinte anos é que se assistiu a uma verdadeira

consciencialização e tomada de posição internacional sobre a necessidade de se estabelecer uma política global e efectiva de desenvolvimento sustentável.

Com o objectivo de reforçar a implementação da *Agenda 21*, em 1997, a 19ª secção especial da Assembleia Geral das Nações Unidas adoptou o programa para a *futura implementação da Agenda 21*, que defende “*um crescimento orientado para a equidade, justiça e equilíbrio social e ambiental, no respeito pela democracia, direitos humanos e liberdades fundamentais, através da participação efectiva da sociedade civil*”, enquanto alicerce para a realização de um desenvolvimento sustentável centrado nas pessoas (Santos *et al.*, 2006: 30). Neste âmbito, os autores destacam ainda a Cimeira de Joanesburg sobre o desenvolvimento sustentável, realizada em 2000, onde os “representantes do povo” constataram uma reduzida aplicação das medidas e propuseram uma reacção mais prática. Em prole de um desenvolvimento sustentável, são promovidas várias iniciativas na área das políticas comerciais e de cooperação e em matérias relacionadas com o comportamento dos mercados. Das medidas tomadas destacam-se:

UN Global Compact (Pacto Global das Nações Unidas) 2000 – é um código de conduta para as empresas e organizações, de adesão voluntária, lançado por Kofi Annan⁴, secretário-geral das Nações Unidas, em Nova Iorque, em Julho de 2000. Este pacto tem como objectivo apoiar nove princípios de cidadania empresarial enquadrados em três áreas: direitos humanos, direitos laborais e defesa do ambiente;

Tripartite Declaration on Multinational Enterprises and Social Policy (Declaração Tripartida sobre as Empresas Multinacionais e a Política Social) da OIT (1998);

Guidelines for Multinational Enterprises da OCDE (2000), um documento dirigido especificamente às empresas multinacionais. Trata-se de um documento que integra orientações no sentido de apoiar diferentes áreas no domínio da RSE, como políticas gerais, revelação de informações, emprego e relações industriais, ambiente, combate à corrupção, interesses dos consumidores, ciência e tecnologia, concorrência e fiscalidade (Santos *et al.*, 2006: 31).

A *nível Europeu*, a aposta centra-se na verificação da forma como a RSE pode colaborar para o cumprimento do objectivo emitido pela Estratégia de Lisboa. Neste âmbito, lança-se um apelo ao sentido de responsabilidade social do meio empresarial no que toca às melhores práticas inerentes à organização do trabalho, desenvolvimento

⁴ Na altura da realização deste estudo, o Secretário-geral das Nações Unidas era o Coreano Ban Ki-Moon....

sustentável, igualdade de oportunidades, inclusão social, entre outras (Santos *et al.*, 2006: 31-32).

Os autores destacam ainda o *Conselho Europeu de Gotemburgo*, realizado em Junho de 2001, onde foi aprovada a estratégia de desenvolvimento sustentável associada ao crescimento económico, coesão social e protecção ambiental.

As Estratégias de Lisboa e de Gotemburgo permitiram que, em Julho de 2001, a Comissão Europeia apresentasse o *Livro verde: Promover um Quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas* que visou lançar um debate quanto às formas de promoção da RSE, tanto a nível europeu como internacional, explorar as experiências existentes, incentivar o desenvolvimento de práticas inovadoras e aumentar a transparência, bem como explicitar a finalidade da avaliação e de práticas de responsabilidade social (*idem*).

Já em Julho de 2002, a Comissão Europeia emite uma informação relativa à responsabilidade social das empresas denominada: *Um contributo das empresas para o Desenvolvimento Sustentável*. No documento, a Comissão aprofundava a questão da RSE apresentando diversas formas para melhorar o conhecimento sobre a área, facilitar o intercâmbio de experiências, a partilha de práticas bem sucedidas, o desenvolvimento de competências, a transparência e a convergência das práticas e dos instrumentos de RSE (*ibidem*).

A *nível de Portugal*, a RSE surge com carácter de sistematização no contexto dos acordos estabelecidos a nível mundial e perante as estratégias definidas para a União Europeia. Aparece ainda associada às políticas nacionais, onde a adopção de práticas de Responsabilidade Social pode *ser um meio* para enfrentar desafios como a globalização e a competitividade, a sociedade do conhecimento e vencer o atraso estrutural que apresenta face a outros países (Santos *et al.*, 2006: 33).

2.2. Diversas Perspectivas Sobre Responsabilidade Social Empresarial: Tipologias

Os diferentes posicionamentos, quanto ao grau de intervenção que a empresa deve exercer na sociedade, são particularmente visíveis quando se analisam as várias correntes de pensamento que ao longo do tempo têm surgido. As diversas abordagens teóricas sobre

o exercício da RSE apresentam contornos diferenciados (Santos *et al.*, 2006: 26). São identificadas cinco abordagens distintas:

A *Perspectiva da Responsabilidade Económica e da Obrigação Social* surge associada ao economista Milton Friedman (1982), já antes referenciada; este autor refere que as empresas têm um único objectivo, o dever fiduciário, o dever de contribuir para a criação da riqueza. A actividade da empresa deve estar orientada para a obtenção de lucro para os proprietários e/ou accionistas. Assim sendo, qualquer envolvimento noutra actividade excede a legítima função que o negócio tem na sociedade. Deste modo, a Responsabilidade Social Empresarial assume-se prioritariamente através do exercício de uma gestão eficaz, exclusivamente orientada para a produção de bens e serviços, através da qual cria riqueza (in Santos *et al.*, 2006: 26).

Para Friedman (1982), a Responsabilidade Social da empresa é somente uma: utilizar os seus recursos e desenvolver actividades que permitam aumentar os lucros, na condição de respeitar as regras do jogo, o que significa comprometer-se numa concorrência aberta e livre, sem vigarice ou fraude (*idem*).

Na perspectiva de Friedman, a RSE restringe-se exclusivamente à criação de valor para os *shareholders*⁵, surgindo enquanto procura de mais-valias económicas, dentro do respeito pelas regras impostas pela sociedade e pela lei. Portanto, qualquer actividade desenvolvida contrariando o princípio de maximização do lucro é considerada socialmente irresponsável (*ibidem*).

A *Perspectiva da Responsabilidade Filantrópica e da Reacção Social*, a RSE surge sob a forma de contribuições cedidas através de donativos ou concessão de facilidades, com propósitos sociais ou humanitários. Resulta de um acto voluntário, do desejo de participação na sociedade civil, de boa cidadania, e de solidariedade social. Nesta perspectiva, de acordo com os autores, a RSE está associada às práticas filantrópicas que decorrem como forma de resposta a normas, pressões sociais e expectativas de desempenho predominantes, estando de certo modo subjacente à ideia de reacção social (Santos *et al.*, 2006: 26).

Na *Perspectiva da Responsabilidade Ética e da Sensibilidade Social*, a concepção de RSE é mais ampla, ultrapassa a mera postura legal, a prática Filantrópica ou o simples apoio à comunidade. A RSE aparece não como mera reacção a condicionantes externos,

⁵ Todos os membros que compõem uma família que, ao mesmo tempo, são sócios de uma organização (Escuder e Miashiro, 2006: 3).

mas como uma atitude altruísta que pressupõe o comprometimento dos gestores para com o Desenvolvimento Sustentável, criando valor económico, social e ambiental, através dos quais contribuem para aumentar o bem-estar geral e o desenvolvimento das gerações futuras (Santos *et al.*, 2006: 27).

De acordo com Mintzberg (in Mintzberg, Simons, Kunal, 2002: 20), um dos autores que se enquadra nesta perspectiva, para além da gestão responsável na qual *as empresas se devem responsabilizar pelos custos ecológicos, ambientais e sociais decorrentes da sua actividade*, deve haver um comprometimento para com os valores sociais. As empresas e os seus gestores devem contribuir para a sustentabilidade económica sem, contudo, descuidar o social e o ambiental. Ou seja, na opinião de Mintzberg, a prosperidade não é apenas económica, é também social e esta depende da distribuição. Frisa ainda que a verdadeira prosperidade combina o desenvolvimento económico com a generosidade social.

Portanto, neste contexto, as acções de RSE integram-se numa lógica de comprometimento societal, na qual a actividade empresarial tem como objectivo último a construção de uma sociedade económica mais próspera, e socialmente mais justa (Santos *et al.*, 2006: 27).

Na *Perspectiva da Criação de Valor e de Benefício Mútuo*, a RSE aparece enquadrada numa visão de gestão empresarial, na qual as empresas procuram desenvolver e orientar as práticas de Responsabilidade Social numa perspectiva de criação de valor para todos. Nesta concepção, a RSE é vista como um factor importante de competitividade, na medida em que, através de novas práticas de gestão e de uma articulação com todos os parceiros envolventes, pode-se potenciar a capacidade competitiva das empresas e, simultaneamente, contribuir para a construção de um mundo sustentável (Santos *et al.*, 2006: 28).

A *Perspectiva da Responsabilidade Civil e da Cidadania Empresarial*, segundo Santos *et al.* (2006: 28), integra uma visão mais alargada relativamente ao papel que as empresas podem desempenhar na sociedade e perante os desafios do desenvolvimento sustentável. Esta exerce-se quando as empresas integram os interesses dos *stakeholders* na sua forma de actuação. Significa criar comunidades empresariais que alinhem e integrem nas suas estratégias as necessidades das regiões e que, em articulação com organizações multidiferenciadas, se empenhem na governação das regiões, de modo a promover um desenvolvimento mais integrado e harmonioso das comunidades envolventes. Daí a

importância de haver uma estratégia de cidadania empresarial que integre uma visão de empresa em comunidade.

Aqui a RSE afirma-se no momento em que as empresas reflectem sobre o impacto da sua actividade e agem a partir daí, intervindo ao nível da própria regulação civil, contribuindo por esta via para a afirmação de um desenvolvimento mais sustentável (*idem*).

Portanto, em síntese, estas cinco perspectivas demonstram as diferentes opiniões existentes quanto ao modo ou às formas de intervenção que as empresas podem exercer numa determinada sociedade. Sem afastar a empresa da sua actividade tradicional, estas cinco perspectivas vêem mostrar que é possível manter a actividade tradicional da empresa (económica), sem contudo descuidar as outras duas, a social e a ambiental.

Outros, como Carroll (1979), apresentam uma outra Tipologia de Responsabilidade Social: a *económica*, a *legal*, a *ética* e a *filantrópica* (in Borger, 2001: 41).

Na Tipologia de Carroll, de acordo com Anexo (1), a Responsabilidade Social pode ser estruturada na base de uma pirâmide.

A *Responsabilidade Económica* localiza-se na base da pirâmide, pois é a principal face de Responsabilidade Social encontrada nas empresas, sendo os lucros a maior razão pela qual as empresas existem. Consiste em fornecer bens e serviços que a sociedade deseja e maximizar o lucro para a empresa e seus accionistas. Todos os outros papéis dos negócios são atributos derivados desse pressuposto fundamental. Ou seja, esta estratégia de produzir e vender bens e serviços para obter lucro é a base do funcionamento do sistema capitalista. A sociedade espera que os negócios realizem lucros; é um incentivo e uma recompensa para sua eficiência e eficácia.

A *Responsabilidade Legal* define o que a sociedade considera importante com respeito ao comportamento adequado da empresa. Os negócios devem funcionar dentro das normas estabelecidas. A sociedade espera que as empresas desenvolvam as suas actividades económicas respeitando as leis e normas legais estabelecidas pela sociedade. Neste âmbito, obedecer às leis é uma condição para a existência dos negócios numa sociedade. A sociedade deseja que os produtos fornecidos pelas empresas respeitem os padrões da qualidade e segurança bem como as normas ambientais estabelecidas pelo governo e seus corpos legislativos.

A *Responsabilidade Ética* refere-se ao comportamento e às normas éticas que a sociedade espera dos negócios desenvolvidos pelas empresas. Inclui comportamentos e/ou actividades que a sociedade espera das empresas, mas que não são necessariamente

codificados na lei e podem não servir aos interesses económicos directos da empresa. Há os que designam a responsabilidade ética também como responsabilidade filosófica. A diminuição dos níveis de tolerância por parte da sociedade perante os comportamentos antiéticos, faz com que, na hora da tomada de decisões, as empresas tenham uma maior reflexão sobre o impacto das suas actividades. As empresas devem incrementar as suas actividades sem prejudicar os outros, procurando justiça e equilíbrio nos interesses dos vários membros actantes nas corporações: empregados, consumidores, fornecedores e os residentes da comunidade na qual a empresa opera.

A *Responsabilidade Discricionária ou Filantrópica* é puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética. A filantropia empresarial consiste nas acções discricionárias desenvolvidas pela empresa em resposta às expectativas sociais que a empresa assume perante a sociedade e que não oferecem retornos à empresa. Essas expectativas são dirigidas pelas normas sociais e ficam por conta do julgamento individual dos gestores e da corporação. Tais actividades são orientadas pelo desejo dos negócios em se engajar nos papéis sociais não legalmente obrigatórios e estão a tornar-se cada vez mais estratégicas. É o caso das contribuições filantrópicas a condução de programas internos para os usuários de drogas, o treino de desempregados, a extensão de benefícios para os familiares dos funcionários, as academias no local de trabalho, o desenvolvimento de programas comunitários, entre outros. Os programas filantrópicos são a dimensão mais aberta da Responsabilidade Social Empresarial (Borger, 2001: 41-42)

Segundo Borger, a definição de Carroll torna-se abrangente na medida em que vê a Responsabilidade Social como um conjunto de dimensões das relações interdependentes entre a empresa e a sociedade. Contudo, Borger refere que, apesar de Carroll afirmar que estas dimensões não implicam uma sequência ou estágios de desenvolvimento da RSE, fica evidente que a ênfase da sua definição é na dimensão económica e legal e que, não sendo suficiente, é essencial o desempenho económico e o cumprimento das leis (Borger, 2001: 44). Acrescenta, ainda, os outros papéis são derivados da missão económica. Porém, a dimensão ética fica à mercê da compreensão daquilo que são os comportamentos ético e antiético dos gestores. A responsabilidade discricionária, esta fica à mercê da compreensão do contexto e de situações particulares nos quais se desenvolvem as acções e programas sociais específicos (*idem*).

2.3. Das Mudanças no Conceito de Responsabilidade Social Empresarial

Se muitas empresas desenvolviam acções filantrópicas e assistencialistas já desde muito tempo, por que só a partir da década de 1980, precisamente na década de 1990, a participação empresarial nas questões sociais ganhou maior relevo?

No estudo que Charoux (2007: 11) realizou sobre a acção social da empresa, a autora formulou questões idênticas para as quais procurou respostas. Do ponto de vista da autora, a RSE apresenta-se nos dias de hoje em quatro visões: na primeira, refere que, “(...) *as empresas ao pagarem os impostos, cumprirem com a legislação e garantirem o lucro aos accionistas, já estarão a fazer a sua parte*”. Na segunda, que quase complementa a primeira, acrescenta-lhe, “(...) *as acções filantrópicas das empresas, como a doação de recursos financeiros ou materiais a associações, creches, lares de idosos e orfanatos*. Numa terceira visão, “*a RSE já é entendida como elemento crucial da estratégia de negócios*”, ou seja, “*investir em RSE é uma forma de diferenciar o produto, agregando valor à marca, algo intangível*. Nesta visão, *as empresas já assumem que a RSE é um modo de assegurar a sua longevidade*”. Na quarta visão, a RSE faz parte da cultura organizacional e, sendo assim, “*está no cotidiano da empresa assumindo uma posição ética e sustentável, valoriza-se toda a acção que beneficie a todos os membros da empresa, trabalhadores, consumidores, comunidades locais e meio ambiente*” (Charoux, 2007: 13-14). Desta forma, a empresa está comprometida com a promoção de valores éticos na sua cadeia de fornecedores e no mercado onde actua como, por exemplo, interromper transacções com empresas que empregam mão-de-obra infantil ou utilizem critérios poucos transparentes nas suas operações. Como consequência, a empresa ganha uma boa imagem institucional e perenidade da organização (*idem*).

Segundo Charoux (2007), “*todas estas mudanças que as empresas incrementam ocorrem como uma resposta às novas demandas das sociedades actuais, aliás, não tão novas como se pode constatar, mas expressas com um outro teor ou novo peso, os quais incidem directamente na imagem institucional e, portanto, na saúde das empresas*” (2007: 15).

Carroll, no artigo “Corporate Social Responsibility” (1999), afirma que na literatura, o conceito de Responsabilidade Social é o mesmo no passado que no presente; o que mudou são as questões enfrentadas pelas empresas e as práticas de Responsabilidade Social, principalmente porque a sociedade mudou e as empresas mudaram, e,

consequentemente, as relações entre a sociedade e as empresas também (in Borger, 2001: 15).

Para Costa, o conceito de Responsabilidade Social é entendido como uma “ (...) *forma de solidariedade social, em que os agentes económicos intervêm no espaço público, a partir da promoção de políticas de bem-estar social para a comunidade de baixa renda*” (2005: 67). Ao mesmo tempo, reconhece a autora que “(...) *além de suas actividades naturais de obtenção de lucro, as empresas têm sido impelidas a fazer mais, a demonstrar que são socialmente responsáveis, ultrapassam os muros das fábricas e precisam mostrar o seu compromisso com um desenvolvimento baseado em padrões internacionais de sustentabilidade social e ambiental*” (Costa, 2005: 68).

Borger associa “*o conceito de Responsabilidade Social à ideia de responsabilidade legal; para outros pode significar um comportamento socialmente responsável no sentido ético; e, para outros ainda, pode transmitir a ideia de contribuição social voluntária e associação a uma causa específica*” (2001: 15).

Já para Kapaz, a Responsabilidade Social nas Empresas significa uma visão empreendedora mais preocupada com o entorno social em que a empresa está inserida, ou seja, sem deixar de se preocupar com a necessidade de gerar lucro, não o coloca como um fim em si mesmo, mas sim como um meio para atingir um desenvolvimento sustentável e com mais qualidade de vida (Kapaz e Krigsner, 2004: 9).

Na opinião de Krigsner, a Responsabilidade Social Empresarial é uma forma de conduzir os negócios baseada no compromisso contínuo com a qualidade de vida actual e das gerações futuras, por meio de um comportamento ético, que contribua para o desenvolvimento económico, social e ambiental (2004: 9).

A Responsabilidade Social Empresarial diz respeito às estratégias de sustentabilidade que, para além do desempenho financeiro, contemplam também a preocupação com os efeitos sociais e ambientais das actividades das empresas. Na base, está o princípio do Desenvolvimento Sustentável em que o desenvolvimento económico, a coesão social e a protecção do ambiente são interdependentes e indissociáveis. Ou seja, para garantir às futuras gerações uma sociedade mais próspera e justa, um planeta mais limpo e uma qualidade de vida melhor, é preciso um crescimento económico que favoreça o progresso social e respeite o meio ambiente (Artigo da II Missão Brasil_Portugal, 2007: 1).

Orchis, Yung e Morales (2002) definem a Responsabilidade Social Empresarial como o relacionamento ético da empresa com grupos de interesse que influenciam ou são

afectados pela sua actuação, os chamados *Stakeholders*, assim como o respeito ao meio ambiente e investimento em acções sociais (in Lopes, 2006: 29).

Portanto, em todas as definições apresentadas reina implicitamente uma ideia de que a empresa, para além da sua actividade tradicional, virada para produção do lucro para os seus accionistas e outras partes interessadas da empresa, ela não deve descorar a parte social e ambiental, três vertentes que combinadas garantem um bem-estar comum da sociedade e um Desenvolvimento Sustentável para as gerações futuras. Nessa ordem, passa a não ser suficiente para a empresa garantir só a qualidade do seu produto, mas outros aspectos como a ética e o respeito pelo meio ambiente começam a ter influência no produto produzido e na reputação da empresa. Ficou explícita a amplitude do conceito e o facto de que a sua essência é levar as empresas a pensarem para além das suas fronteiras produtivas.

Os outros elementos que se destacam quando se fala da responsabilidade social Empresarial são os accionistas e os stakeholders.

Matsushita (2004) define *Stakeholders* como um grupo ou conjunto de grupos que afectam ou são afectados pelas actividades e decisões de uma empresa (in Lopes, 2006: 29).

Para Orchis, Yung e Morales (2002) este termo foi criado para diferenciar os *shareholders* (accionistas), dos outros membros da sociedade que actuam como pilares de sustentação da actividade empresarial. Os valores e a administração corporativa da organização, as regulamentações, os controles, os investimentos no ambiente, os impactos dos seus produtos, serviços e operações e as questões relativas a direitos humanos e as condições de trabalho, entre outros, reflectem as expectativas de desempenho na relação empresa e *stakeholders* (in Lopes, 2006: 29-30). Ambos, *shareholders* e *stakeholders* são decisivos nas estratégias empresariais e na adopção de políticas de responsabilidade social.

Araújo (2005), define os *Stakeholders* como os diferentes grupos de interesse que se relacionam com uma empresa. A tabela a seguir ajuda na descrição do conceito.

Tabela 1 – Stakeholders de uma empresa, suas contribuições no negócio e expectativas de retorno.

Stakeholders	Contribuições	Retorno
Accionistas	Capital	Lucros e dividendo; preservação do património.
Empregados	Mão-de-obra; Criatividade; ideias	Salários justos; condições de trabalho; segurança no emprego; realização pessoal.
Fornecedores	Mercadorias	Respeito aos contractos; lealdade nas negociações.
Clientes	Dinheiro	Segurança e boa qualidade dos produtos; preço aceitável e propagada honesta.
Concorrentes	Competição e referencial do mercado	Lealdade na concorrência.
Governo	Suporte institucional, jurídico e político	Obediência às leis; pagamento de tributos.
Comunidade	Infra-estrutura	Respeito ao interesse; contribuição da melhoria da qualidade de vida na comunidade; conservação dos recursos naturais.

Fonte: (Araújo, 2006: in Lopes, 2006: 29-30)

Na opinião de Borger (2001), o conceito de *stakeholders* procura definir amplamente a responsabilidade social em relação aos grupos de interesse que afectam, ou que são afectados, pela actuação das organizações (in Lopes, 2006: 30).

Para Matsushita (2004), a teoria de *stakeholder* incorpora a noção de que as organizações têm obrigações para com os grupos constituintes na sociedade, além dos accionistas e funcionários (*idem*).

Nestas definições, de acordo com o ponto de vista de alguns autores, a RSE só existe quando as empresas ao gerirem as suas actividades, integram as preocupações, os interesses e os benefícios dos *stakeholders* (sejam ao nível humano, comunitário ou ambiental) e actuam em conformidade, desenvolvendo uma acção pró-activa para a melhoria das condições existentes, numa lógica de promoção do Desenvolvimento Sustentável da envolvente (Santos *et al.*, 2006: 24).

2.4. Da Filantropia Empresarial à Responsabilidade Social Empresarial

Alguns autores tratam estes dois conceitos, Filantropia Empresarial e Responsabilidade Social, como se um fosse sinónimo do outro mas, na realidade, a sua conceitualização e aplicação prática distancia um do outro. O grande objectivo aqui é conseguir identificar as diferenças entre os dois conceitos e perceber o que os aproxima e o que os afasta.

Neste sentido, torna-se necessário uma clarificação entre o conceito de Responsabilidade Social Empresarial e o conceito de Filantropia Empresarial que, como explica Cheibud e Locke (2002), não faz sentido denominar de Responsabilidade Social Empresarial apenas como o cumprimento da lei. Para estes autores, a Responsabilidade Social Empresarial contém em seu cerne a ideia de ir «além da lei». Para Costa (2005), também não se pode chamar de Responsabilidade Social as acções, programas, benefícios, entre outros, que foram adoptados ou implementados pela empresa como fruto de negociação dos trabalhadores (p. e. acordo, convenção, entre outros). Para a autora, nestas situações, estamos diante de uma questão de poder, barganha política, e não de Responsabilidade Social.

Desta forma, na opinião de Costa (2005: 74), o novo modelo de Responsabilidade Social Empresarial diferencia-se da Filantropia Empresarial na medida em que compartilha projectos comunitários com todas as partes interessadas da empresa (accionistas, clientes, concorrentes, fornecedores e funcionários). Contudo, há aqueles que ainda confundem a Responsabilidade Social com a Filantropia Empresarial. Enquanto “(...) a Filantropia se limita à doação de recursos à comunidade e está relacionada com a caridade, ou seja, limita-se a doações efectuadas por empresários ou por fundações criadas por eles, a actual Responsabilidade Social Empresarial promove processos de avaliação e monitorização do investimento social privado na comunidade e na empresa” (Costa, 2005: 74). Esta ideia é partilhada por Orchis, Yung e Morais (2002) ao afirmarem que “a filantropia, na gestão socialmente responsável, caracteriza-se como doações de recursos financeiros, materiais e humanos à comunidade e a instituições do terceiro sector⁶ devendo ser um comprometimento real da empresa” (in Lopes, 2006: 25).

⁶ Este termo é utilizado genericamente para designar um conjunto de organizações muito diversificadas entre si, que representam formas de organização de actividades de produção e distribuição de bens e prestação de serviços distintas sem fins lucrativos. Os exemplos mais frequentes dentro deste conjunto de

O discurso de Tenório (2004), não foge das anteriores afirmações, considera que “(...) a acção Filantrópica Empresarial é uma acção social de natureza assistencialista, caridosa e predominantemente temporária, realizada por meio de doações de recursos financeiros ou materiais à comunidade ou às instituições sociais” (in Lopes, 2006: 25).

Costa clarifica, “(...) a nova concepção de Responsabilidade Social superioriza-se em relação à Filantropia na medida em que passa a fazer parte da gestão operacional, com planeamento definido e departamentos específicos dentro da empresa para desenvolver os projetos, implementá-los e controlar os resultados. Nesse sentido, a empresa possui indicadores de avaliação para verificar o nível de envolvimento em questões sociais, tais como o Balanço Social ou as Certificações de Responsabilidade Social, para informar a sociedade sobre o seu comportamento socialmente responsável” (Costa, 2005: 74).

As ideias aqui expostas induzem-nos a afirmar que a nova conceitualização de Responsabilidade Social Empresarial é algo mais que a continuação das actividades Filantrópicas que antes começaram com um carácter assistencialista às populações mais carenciadas. Ou seja, tudo começou com as actividades Filantrópicas e, mais tarde, o tipo de actividades e o modo como estas eram feitas foi evoluindo ao longo do tempo.

Contudo, acrescenta Costa (2005: 71), até a década de 1950, a RSE assumiu uma posição estritamente económica e era entendida como a capacidade empresarial de geração de lucros, criação de empregos, pagamento de impostos e cumprimento das obrigações legais. Esta, na opinião da autora, era a representação clássica da ideia de Responsabilidade Social Empresarial. Mas, a partir da Segunda Guerra Mundial, o entendimento dos empresários sobre os problemas sociais daí decorrentes mudou completamente.

Nos EUA, diversas decisões dos tribunais foram favoráveis às acções filantrópicas das corporações. Diante disto, em 1953, a justiça americana posicionou-se favoravelmente à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariando desta maneira os interesses de um grupo de accionistas. Assim, a justiça determinava que as corporações podiam buscar o desenvolvimento social, estabelecendo em lei a filantropia corporativa (Ashley *et al.*, 2000: in Costa 2005: 71).

organizações, no contexto do mundo ocidental, são as associações, as cooperativas e as mutualidades, entre outras formas institucionais. Por vezes inclui também as fundações, os sindicatos, os clubes recreativos, organizações religiosas, formas de organização mais ou menos informais, por exemplo grupos de auto-ajuda, entre outras.

De acordo com Borger (2001: 28), as discussões sobre Filantropia Empresarial giram em torno de três aspectos fundamentais:

O ponto de vista de conceituação de Filantropia sugere uma acção voluntária, feita por generosidade e beneficiência, um acto de caridade, que tem actividades associadas ao assistencialismo e ao paternalismo, gerando assim críticas por parte de grupos defensores dos direitos sociais e políticos, uma vez que podem representar soluções fáceis para os problemas dos seus beneficiários, em vez de desenvolverem uma consciência efectiva de seus problemas e a busca de soluções que atendam aos seus interesses políticos e sociais;

Do ponto de vista empresarial, a prática poderia conter uma contradição com a finalidade primária da empresa, uma vez que potencialmente gera despesas e, portanto, reduziria lucros.

A Conexão entre a doação corporativa e as actividades dos negócios das empresas leva a ambiguidades. Os programas sociais filantrópicos destas e as motivações filantrópicas podem-se misturar com os seus objectivos criando uma relação entre a “boa acção” e os “interesses” da empresa, não se identificando claramente quem são os beneficiários dos programas e como delimitar os interesses da empresa e da comunidade beneficiária das intervenções sociais da empresa. Coloca-se a questão de legitimidade e da dignidade da pessoa humana.

Portanto, o conceito de Filantropia tem como referência a história Norte-Americana, cuja prática tem as suas raízes na tradição protestante de doação secular associada à origem das empresas e respectivos grupos familiares. Ou seja, neste âmbito, *“os empresários e as empresas faziam doações a causas valorosas, uma doação pessoal e corporativa, assim como se envolviam directamente em projectos e programas sociais (construção de casas, escolas hospitais, entre outros) para os empregados e a comunidade local, especialmente para contribuir para as actividades filantrópicas sem fins lucrativos”* (Borger, 2001: 28). Porém, a deliberação sobre a quem, como e quanto doar cabia aos proprietários e não às empresas. Mas com o surgimento das empresas de tipo sociedades anónimas, com a propriedade dispersa por vários accionistas, alargaram-se as actividades filantrópicas das pessoas para as empresas. Desta forma, foram criadas fundações e fundos ligados ao nome das famílias e empresas (Rockefeller, Ford, Bill Gates, Kellogg’s, McArthur) para separar as actividades sem fins lucrativos das actividades relacionadas aos negócios das empresas (*idem*).

Na perspectiva de Lopes (2006), a Filantropia Empresarial apoia-se no entendimento/compreensão da menor capacidade dos mais pobres; nessa economia, a

política de caridade cujo valor de troca é, segundo Castell (1998), a esmola que “apaga o pecado”, estabelece-se um comércio entre o rico e o pobre, com vantagens para as duas partes: o primeiro ganha salvação graças a sua acção caridosa, o segundo é igualmente salvo desde que aceite a sua condição de pobre ajudado (in Lopes, 2006: 25). Assim, a ordem desigual do mundo também passa a ser salva pois reconhece a pobreza como necessária, justifica a sua existência, pois cabe à sociedade assistir somente as manifestações mais extremas. Ou seja, a filantropia Empresarial como uma proposta de intervenção social, conjuga a ideia de Responsabilidade Social com uma crítica à ineficiência do Estado.

Um aspecto importante a reter aqui é que, como aliás afirma Tenório (2004), a Filantropia não garante que as empresas, ao praticarem um acto filantrópico, estejam respeitando o meio ambiente, desenvolvendo a cidadania ou respeitando os direitos dos seus trabalhadores (in Lopes, 2006: 26). Esta é mais uma diferença entre actividades filantrópicas e actividades de responsabilidade social. Além disso, de modo diferente, a Responsabilidade Social tem relação com o dever cívico e de consciência social e não apenas de consciência individual. A Responsabilidade social ocorre através de acções de uma empresa, em prol de uma comunidade, dos trabalhadores, dos fornecedores, dos clientes, entre outros. Tem uma atitude de respeito para com as práticas ambientais, éticas e sociais e, para além disso, fomenta um desenvolvimento quer das comunidades, quer das restantes partes com influência na empresa de forma duradora.

Para Toldo (2002), a Filantropia é um acto de distribuir uma parte do lucro da empresa a ocasionais pedintes, uma ajuda virtual, acrescenta. Já a Responsabilidade Social abrange estratégias da empresa em consonância com as necessidades sociais, de forma a alcançar lucro, satisfação dos clientes, trabalhadores, entre outros, e o bem-estar da sociedade. Trata-se de um compromisso com um desenvolvimento social mais durador. A Filantropia está associada à caridade eventual enquanto que a Responsabilidade Social está relacionada com objectivos permanentes e com as decisões e as acções cotidianas de uma organização ou de uma empresa (in Lopes, 2006: 27).

Portanto, ao longo deste capítulo foram apresentados argumentos que testemunham que, apesar de as actividades filantrópicas terem sido as primeiras a ser desenvolvidas nas empresas ou pelos empresários, estas não têm a mesma amplitude da Responsabilidade Social Empresarial. Porém, ambas têm por destino a resolução dos problemas sociais que afectam as pessoas de uma determinada sociedade. Ambas têm origem na história americana e foram difundidas posteriormente para o resto do mundo.

2.5. Certificação e Códigos de Conduta da RSE

As empresas que optam pelas Práticas de Responsabilidade Social são reconhecidas através de vários Selos que certificam que, esta ou aquela empresa, desenvolve estas práticas. Desta forma, a organização não-governamental americana *CEPAA* e a *SAI*, fundadas em 1997 com o propósito de criar códigos de conduta para as empresas, elaboraram em 1998 o padrão Social Accountability 8000 (Costa, 2005: 75-76). Trata-se de uma ferramenta, ao serviço das empresas, que permite certificar organizações com Sistemas de Gestão da Responsabilidade Social implementados. Reconhecida mundialmente, a norma SA 8000 (2001) permite expor ao público os valores seguidos pelas organizações, contribuindo para uma maior credibilidade do trabalho desenvolvido.

Esta norma tem ainda como missão promover os direitos dos trabalhadores de todo o mundo. Baseia-se nos princípios de 12 Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), na Declaração Universal dos Direitos do Homem, na Convenção das Nações Unidas para os Direitos das Crianças e na Convenção das Nações Unidas para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação da Mulher, bem como em toda a legislação do país onde se encontra a empresa auditada (Costa, 2005: 76). Constitui a primeira norma auditável referente à Responsabilidade Social com âmbito mundial.

Esta norma, ao certificar os sistemas de gestão das organizações, funciona como uma garantia de que aquela entidade cumpre os propósitos a que se compromete a nível social. Como referi, esta norma internacional surgiu por iniciativa da *Social Accountability International* (SAI). De acordo com Costa (2005), a SAI reúne *stakeholders* estratégicos para desenvolver normas voluntárias baseadas no consenso, acredita organizações qualificadas para verificar o cumprimento de tais normas e promove a compreensão e a implementação das mesmas à escala mundial(2005: 76).

A Certificação de um Sistema de Gestão de Responsabilidade Social visa, por outro lado, desenvolver a capacidade competitiva de qualquer organização que voluntariamente garanta a componente ética do seu processo e ciclo produtivo. Prevê a adequação à legislação nacional, através do cumprimento de requisitos associados a questões como o trabalho infantil, o trabalho forçado, a segurança e a saúde, a liberdade de associação e o direito à negociação colectiva, a não discriminação, as práticas disciplinares, o horário de trabalho, a remuneração e o sistema de gestão (*idem*).

Paralelo à Norma SA 8000, existe o sistema ISO em que entidades independentes implementam auditorias às organizações no sentido de atestar os princípios desenvolvidos pelas mesmas. Neste ano (2008), prevê-se a publicação da ISO 26000, uma norma para definir as linhas mestras da responsabilidade social empresarial a nível mundial.

Relativamente à Norma SA 8000, por estar muito vocacionada para as grandes empresas, sobretudo multinacionais, em Portugal apenas cinco organizações estão certificadas com ela, como ilustra a tabela 2, (Anexo 2). A Nova Delta foi a primeira empresa portuguesa com certificação de Responsabilidade Social SA 8000. No final do ano transacto, foi certificada a TNT, líder nacional de transporte expresso, e a Cooprofar - Cooperativa dos proprietários de Farmácia CRL / Mercafar- Distribuição Farmacêutica SA. Das cinco empresas registadas no site da SAI, no final de 2006, duas pertenciam ao sector agro-alimentar.

Capítulo III

Da Problemática à Construção do Modelo de Análise

3.1. Delimitação do objecto de estudo

Na análise das práticas de RSE, alguns autores consideram duas dimensões distintas: a dimensão interna e a externa. Outros acrescentam, ainda, uma terceira dimensão, a ambiental.

A *dimensão interna* é aquela que está virada para o público interno da empresa, para os trabalhadores. Neste sentido, a Responsabilidade Social das Empresas pressupõe um modelo de gestão participativo e de reconhecimento dos empregados, no intuito de motivá-los a um desempenho óptimo que aumente a produtividade corporativa. Envolve, por exemplo, um projecto de qualidade de vida, a busca de condições favoráveis no ambiente de trabalho, a criação de condições de segurança, planos de saúde, planos de carreira e de salários, formação e qualificação profissional, entre outros. Além disso, a Responsabilidade Social das Empresas tem aparecido através de programas de voluntariado, nos quais participam seus empregados, fornecedores e demais parceiros (Costa, 2005: 75). Esta opinião é partilhada também por Moura *et al.* (2004), ao considerar que a *dimensão interna da RSE* integra questões como a *saúde e segurança no trabalho*, o *investimento no capital humano* (estabilidade, formação profissional, gestão de carreiras, igualdade de direitos, conciliação trabalho/família, política salarial e benefícios, participação dos trabalhadores), a *política de recrutamento* (igualdade de oportunidades entre homens e mulheres, medidas não discriminatórias relativas à etnia, idade, deficiência física, exclusão social; programas de acolhimento e inserção), e *gestão da mudança* (transparência, identificação, avaliação e ponderação de riscos; sensibilização, envolvimento e participação dos trabalhadores) (2004: 60).

Na tabela 3 (Anexo 3), pode-se contemplar a dimensão interna da Responsabilidade Social.

Quanto à *dimensão externa*, esta destina-se a programas e projectos comunitários que a empresa desenvolve por sua iniciativa, ou aqueles desenvolvidos em parceria com o governo, com ONGs, ou com a população organizada de comunidades de baixos rendimentos, modalidade que veio a ser fortalecida no final dos anos 90, adquirindo o sentido de *investimento social privado* que, para fundações internacionais e agências de

cooperação, não se refere à operação de projectos próprios ou investimento directo nas comunidades do entorno da empresa. Integram esta dimensão as seguintes componentes: *Comunidade* (populações, instituições, ONGs); *Mercado* (fornecedores, consumidores, parceiros de negócios) e *Produto* (qualidade, design) (Moura *et al.*, 2004: 67). Na tabela 4 em (Anexo 4) poder-se-ão contemplar estas diferentes dimensões.

Na perspectiva de Moura *et al.* (2004), para além da dimensão interna e externa, existe ainda uma terceira *dimensão, a ambiental*, que integra: a cadeia de produção, a exploração e transformação de recursos naturais necessários à produção da empresa e as práticas ambientalmente responsáveis (2004: 70).

Porém, perante a realidade que hoje vivemos, onde as questões sociais como a pobreza, a miséria, a fome, entre outras, assolam ainda muitos países do dito terceiro mundo, com maior incidência nos países africanos, torna-se pertinente compreender, qual o papel que cabe às empresas em minimizar o sofrimento desses povos, onde estas empresas desenvolvem a sua actividade tradicional. Como referem alguns autores, as empresas privadas que executam ou apoiam projectos sociais passam a ser valorizadas/reconhecidas pelas comunidades locais (Lopes, 2006: 14). Aliás, são empresas que, como constata Costa (s/d), no seu artigo, “*Mudanças no Mundo Empresarial: Responsabilidade Social Empresarial*”, para além de se preocuparem com o lucro, embatem na lógica de rentabilidade e preocupam-se com o bem-estar colectivo.

Desta forma, para sobreviver em mercados dinâmicos e competitivos, o sector produtivo demanda organizações mais flexíveis, baseadas na qualidade e voltadas para as questões sociais, tanto no âmbito interno como externo. Assim, as organizações necessitam dar resposta às demandas da sociedade sem, no entanto, deixarem de se tornar responsáveis pela sua sustentabilidade (Lopes, 2006: 14). É neste âmbito que Garcia (2004) sugere a ampliação das actividades empresariais para o campo social, como estratégias de marketing, onde focaliza dois problemas que mobilizam o debate político: a discussão sobre as funções e o desempenho do Estado, e as acções de enfrentamento de temas de interesse social como a *pobreza, protecção ao meio ambiente, políticas afirmativas em relação às mulheres, Negros, Homossexuais e Portadores de Necessidades Especiais* (in Lopes, 2006: 14).

Portanto, não tendo suficiente disponibilidade de tempo para abordar as três dimensões da Responsabilidade Social, optei apenas pelas práticas de RS na vertente externa, ou seja, em procurar perceber aquelas acções que uma dada empresa desenvolve na comunidade onde está inserida. A DHL Express Portugal, foi a empresa seleccionada

para a análise destas práticas. Condiçãoou esta escolha, por um lado, o facto de a empresa contemplar na sua estrutura interna, as três dimensões de Responsabilidade Social e, por outro lado, a sua localização geográfica que facilitou os primeiros contactos com os representantes da empresa. Posteriormente, aprofundei o estudo através da análise de um projecto patrocinado pela empresa no âmbito da RSE, o *Projecto Abrigo*, desenvolvido em parceria com a Associação CAIS e outras empresas.

Um outro aspecto relevante, que aqui quero sublinhar, prende-se com os motivos que condicionaram a opção por este tipo de estudo.

Verifica-se, nos dias de hoje, que para se alcançar um desenvolvimento sustentável é necessário crescer, económica e socialmente, visto que a pobreza e as desigualdades sociais não estão a diminuir entre e nos países. Ou seja, reduzindo as assimetrias económicas entre os países e a distância entre os pobres e ricos estaremos garantindo uma vida mais equilibrada entre as sociedades (Martíns, 2006: 11).

As questões como a pobreza, a redução das emissões de CO₂, entre outras têm estado no palco das discussões, e onde a intervenção e cooperação das empresas é considerada imprescindível. Desta forma, torna-se necessário um trabalho coordenado entre o papel de cada Estado nacional e as empresas que nele operam, de modo a encontrar formas de entendimento que conduzam à redução dos problemas que afectam as respectivas sociedades.

Todas estas questões despertaram em mim interesse em compreendê-las, perceber estes fenómenos sociais que apoquentam as sociedades contemporâneas e que, para tal, é indispensável perceber o papel das empresas na sociedade e o modo como encaram a responsabilidade social. Ou seja, compreender os projectos/acções sociais que as empresas promovem e que garantem um desenvolvimento sustentável para as gerações futuras. Perceber o que fazem as empresas no âmbito das suas políticas relativas à Responsabilidade Social.

3.2. Dos objectivos ao Modelo de Análise

Para a concretização deste estudo foi definido como objectivo geral, *identificar as práticas de Responsabilidade Social nas Empresas*. Deste objectivo geral derivaram os seguintes objectivos específicos: *Compreender o papel das empresas nas sociedades*

actuais; Perceber os motivos que levam algumas empresas a optarem pelas práticas de RS; Analisar o conceito de RSE, assim como compreender a sua evolução, discernindo este do conceito de Filantropia Empresarial.

Diante destes objectivos mantive algumas das minhas interrogações iniciais:

Será que as empresas em Portugal estão a adoptar estas práticas com regularidade, a favor de quem?

Perante os problemas sociais e ambientais que as sociedades actuais enfrentam, qual é o papel das empresas?

O que leva uma empresa a optar pelas práticas de RSE?

Que percepção tem a comunidade de beneficiários das acções/programas de Responsabilidade Social dessa empresa?

Perante estes objectivos e interrogações, procurei construir um modelo de análise que fosse à procura de respostas para os mesmos de modo a poder participar, senão na busca de soluções para estas inquietações, ao menos na sua divulgação. Desta forma, o modelo em construção tinha que permitir sistematizar, de entre a multiplicidade de práticas de Responsabilidade Social Empresarial, aquelas que fossem exercidas/desenvolvidas na vertente externa, a vertente em análise neste projecto.

Para o efeito construí um modelo de análise que sistematiza alguns *indicadores* que descrevem algumas práticas de RSE na vertente externa, conforme tabela 5 (Anexo 5).

Neste modelo procurei verificar que tipo de relação havia entre os *projectos/acções* (*variável independente*) que a empresa desenvolve com o *nível de vida das populações* (*variável dependente*) das respectivas comunidades onde essas acções são desenvolvidas. Ou seja, procurei verificar se os projectos/acções que a empresa desenvolve na comunidade produzem algum efeito positivo na vida dessas populações. Para tal recorri a um estudo de caso.

3.3. Metodologia

A metodologia é entendida como uma estratégia que permite investigar um determinado fenómeno, seguindo um conjunto de procedimentos, com a finalidade de abordá-lo sem procurar soluções antecipadas, antes escolhendo o caminho adequado para as encontrar. É uma combinação de estratégias “(...) *que articula a teoria e experiências para abordar um objecto*” (Caria, 2002: 9). Trata-se de um conjunto de passos e de meios a percorrer, que conduzem aos resultados, ou seja, uma arte de dirigir o espírito na investigação da verdade.

Pelas características do estudo, e de forma a compreender como as práticas de Responsabilidade Social são implementadas, optei por um estudo de caso, neste caso o *Projecto Abrigo* desenvolvido em parceria com a Associação CAIS e outras empresas, no âmbito da Responsabilidade Social Empresarial.

Para este efeito recorri à Metodologia Qualitativa que, de acordo com alguns autores, caracteriza-se pela abertura e desconhecimento do objecto de estudo adoptado pelos pesquisadores que dela fazem uso, por outras palavras, refere-se à forma através da qual o pesquisador se aproxima daquilo que visa estudar, ou seja, “*o pesquisador adota² uma postura de abertura e de desconhecimento frente a seu objeto de estudo*” (Nicolaci-da-Costa *et. al.*, 2004: 50).

Foi a partir do final do século XX que a Metodologia Qualitativa “*vem ganhando maior evidência em diferentes contextos Científicos*”, já que as teorias universalistas que dominavam grande parte do cenário das Ciências Sociais e Humanas vêm perdendo força. Também “*ao longo da história destas Ciências, disciplinas como a Antropologia, a Sociologia e a Psicologia reagiram a essa metodologia e propuseram métodos alternativos considerados mais adequados às suas investigações*” (*idem*).

As autoras citam ainda outras características desta Metodologia como, por exemplo, a contextualização dos objectos de estudo em análise, esta “*refere-se à investigação de experiências humanas no contexto específico da sua ocorrência*”. Aliás, as autoras sublinham que, muitas das vezes, “*as Pesquisas Qualitativas partem do pressuposto de que as formas de ser, de agir e de pensar dos seres humanos, além de serem múltiplas e heterogêneas, são também referidas a contextos sociais, culturais e históricos específicos*”. A Metodologia Qualitativa “*(...) deixa de lado quaisquer hipóteses prévias e,*

² Citação em conformidade com a norma ortográfica do português Brasileiro.

desse modo, torna-se sensível ao que de novo e imprevisível o trabalho de campo pode vir a apresentar. Tão livre quanto possível de pressuposições, preconceitos e juízos de valor, o pesquisador busca compreender as experiências de outras pessoas com atenção e curiosidade” (ibidem).

Uma outra característica da Pesquisa Qualitativa é o tamanho reduzido das amostras e a flexibilidade dos procedimentos e técnicas utilizadas. Quer dizer que, “ (...) ao invés de adotar um padrão único de pesquisa a priori, a abordagem qualitativa abriga diferentes procedimentos e técnicas, definidos e adoptados em função dos objetivos² de cada estudo” (Nicolaci-da-Costa et. al., 2004: 51).

Referente ao levantamento dos dados, a Pesquisa Qualitativa evidencia-se por uma heterogeneidade de modalidades. Neste caso concreto, optou-se pela análise documental – que estuda de forma sistemática uma selecção de matérias publicadas em Livros, Jornais, Revistas, Internet, entre outros; pelas histórias de vida – que fazem uso da autobiografia para identificar processos sociais e psicológicos representativos de uma época, de um determinado grupo ou de uma determinada pessoa; pelas entrevistas semi-estruturadas, nas quais o entrevistador faz uma série de perguntas abertas e às quais o entrevistado pode responder livremente. Esta técnica é a mais utilizada nas Metodologias Qualitativas (Nicolaci-da-Costa et. al., 2004: 51). Mas como é que isto começou?

Inicialmente procurei as empresas que fossem Certificadas com o Selo SA 8000, que identifica as empresas com Práticas de Responsabilidade Social. Assim, contactei o senhor Rui Macedo, responsável pelo Express Center Supervisor CVA/VIS, da Empresa DHL Express Portugal, na Zona Industrial de Canhoso, Covilhã. Por questões hierárquicas da empresa, este recomendou-me para que contactasse a Dr.^a Teresa Manso em Lisboa. Cumpridas todas as formalidades exigidas pela Dr.^a Teresa Manso, entre elas, o envio do Guião da Entrevista, no dia 05 de Junho de 2008 foi marcada a mesma. O principal objectivo da entrevista era inteirar-me das Práticas de RSE que a empresa desenvolvia junto da comunidade, ou seja, as práticas de RSE externa. A entrevista realizou-se na Sede da DHL Express Portugal, em Lisboa. Aí fiquei a conhecer todos os projectos/acções que a empresa desenvolve em parceria com outras empresas, ONGs, associações e/ou IPSS no âmbito da Responsabilidade Social Empresarial. De entre esses projectos/acções, aquele que me despertou mais atenção foi o *Projecto Abrigo* [PA] desenvolvido em parceria com

² Citação em conformidade com a norma ortográfica do português Brasileiro.

a Fundação PT, a CAIS e mais dez (10) outras empresas [ver Anexo 6]. A partir daí, o Projecto Abrigo passou a constituir o meu objecto de análise que, numa primeira fase, procurei conhecê-lo através de contactos directos com a CAIS e outras instituições envolvidas no Projecto. Estes contactos resultaram, por um lado, na realização de cinco (5) entrevistas telefónicas, nomeadamente a representantes da Fundação PT, dos CTT – Correios de Portugal, da LUSA – Agência de Notícias de Portugal, da QuiKembal – Comércio de Embalagens, todas situadas em Lisboa. O principal objectivo era obter informações sobre o PA e qual era o papel de cada uma das empresas no desenvolvimento do mesmo. A entrevista com a Associação CAIS foi muito importante. Por outro lado, recolhi onze (11) histórias de vida de alguns vendedores da revista CAIS, que estavam, na sua maioria, na situação de Sem Abrigo na cidade de Lisboa e zonas circunvizinhas, antes de partilharem este projecto.

Referente à população/amostra, Guimarães e Cabral (1997) definem a população ou universo como sendo o conjunto de dados que expressam a característica em causa para todos os objectos sobre os quais a análise incide (Guimarães e Cabral, 1997: 2).

Neste estudo, todo o trabalho empírico foi realizado na cidade de Lisboa, através da realização de entrevistas. A primeira com a Dr.^a Teresa Manso, coordenadora de desenvolvimento da qualidade da DHL Express Portugal, cujo principal objectivo da entrevista consistia em identificar as práticas de RSE levadas a cabo pela empresa; a segunda com o director da CAIS, Dr. Henrique Pinto, centrada no Projecto Abrigo. Paralelamente foram também realizadas entrevistas às outras empresas parceiras do projecto, designadamente, à Dr.^a Helena Vergas, Jurista da Fundação PT, à Dr.^a Leonor Pereira, do Departamento de Sustentabilidade dos CTT – correios de Portugal, à Catarina Ferreira, Administrativa da empresa QuiKEmbal – Comércio de Embalagens, e à Rosa Rita, da Direcção Comercial e de Marketing da LUSA. A intenção foi sempre de obter mais informações acerca do Projecto Abrigo e contrastar as respostas. As histórias de vida foi outra técnica a que recorri, técnica que me permitiu recolher informação acerca da vida dos vendedores da Revista CAIS.

A amostra envolveu os vendedores das zonas do Areeiro (AMI Areeiro), da Bela Vista (AMI Bela Vista) e de Marvila (CAIS Sede) e instituições responsáveis pelos vendedores da Revista CAIS, que contactei durante o estudo. Essa amostra foi constituída por 4 vendedores da AMI das Olaias, 5 vendedores da AMI da Bela Vista e 10 vendedores da CAIS Sede, Marvila. No total de 19 vendedores potenciais, nestas áreas, consegui interpelar 11 seleccionados aleatoriamente nas Ruas de Lisboa, o que corresponde a 57,

89% do número total. Esta percentagem é válida apenas para as zonas abrangidas pelo estudo, no ano de 2008.

Capítulo IV

Estudo de Caso

4.1. DHL Express Portugal: Historial da Empresa

De acordo com informações recolhidas no Site da empresa, DHL são as primeiras letras dos sobrenomes dos três fundadores da companhia, nomeadamente, Adrian Dalsey, Larry Hillblom e Robert Lynn. Cada um destes elementos trouxe consigo para este novo e abrangente projecto, histórias e culturas diferentes igualmente enriquecedoras. Hoje a DHL é o resultado da união de 3 empresas: DHL Worldwide Express, Guipuzcoana Euro Express e Danzas.

Em 1969, poucos meses depois do mundo ter ficado maravilhado com os primeiros passos de Neil Armstrong na lua, os três parceiros deram outro pequeno passo que teria um impacto profundo na forma de fazer negócios. Os três fundadores começaram a enviar pessoalmente documentos por avião desde São Francisco a Honolulu, começando o desalfandegamento aduaneiro da carga antes da chegada do navio, reduzindo grandemente o tempo de espera no porto, algo que, segundo os clientes, permitiu poupar imenso nas despesas dos portos.

A Rede da DHL continuou a crescer a um ritmo incrível. A companhia expandiu-se para o oeste, desde o Havai até ao Extremo Oriente e Região do Pacífico, depois para o Médio Oriente, África e Europa. Em 1988, a DHL já estava presente em 170 países e tinha 16.000 funcionários.

Em Portugal, de acordo com o relatório sobre Responsabilidade Social 2004-2005 (Anexo 7), a DHL implantou-se em 1982, tendo sido a pioneira do serviço de Transporte Expresso Internacional no país. É líder de mercado com um volume de negócios anual de cerca de 125 milhões de Euros.

Actualmente conta com cerca de 380.000 empregados de diversas origens, uma assistência diária de 2 aviões próprios e uma frota terrestre de cerca de 1.000 veículos que garantem a total cobertura do território nacional; tem Centros de Distribuição (Terminais Operacionais) em Vila Real, Porto-Maia, Porto-aeroporto, Estarreja, Covilhã, Viseu, Coimbra, Leiria, Rio de Mouro, Lisboa, Alfragide, Alcochete, Évora, Vilamoura e ainda nas ilhas da Madeira e Açores.

Procurando responder às exigências das sociedades actuais, aos impactos da globalização económica, política e cultural, onde as diferenças convergem para as semelhanças na forma de governar, na forma de fazer os negócios e/ou mesmo no produto final de cada empresa, onde também já não é suficiente para se considerar uma boa empresa, garantir o lucro para os accionistas e cumprir com a lei, a DHL tem vindo adoptar estratégias e/ou políticas que lhe permitem, a curto ou longo prazo, enfrentar com êxito estas novas exigências da sociedade, garantindo uma boa imagem e reputação nas comunidades circunvizinhas, a nível nacional e internacional. Desta forma, a DHL promove e divulga, no seu interior e exterior, formas de conduta que ajudam os seus funcionários, clientes, fornecedores e todos aqueles que directa ou indirectamente afectam as decisões da empresa a terem atitudes éticas para com o ambiente. Diante desta situação, a empresa aderiu à Norma SA 8000 sobre RS, onde se destacam três vertentes: a interna, a externa/internacional e a ambiental (Anexo 7).

Na vertente interna, a empresa respeita e cumpre com o preceituado na Norma SA 8000 relativo aos trabalhadores, clientes, fornecedores e às exigências da OIT.

Na vertente externa, para além de promover acções/projectos que beneficiam as comunidades nas quais a empresa se insere, participa, a nível nacional e internacional, em acções de ajuda humanitária, em catástrofes naturais socorrendo e transportando produtos de primeira necessidade aos mais carenciados, como desenvolve estratégias que promovem o respeito pelo meio ambiente.

Este estudo centrou-se na vertente externa da Responsabilidade Social onde, através de projectos concretos desenvolvidos ou patrocinados pela empresa se procura auscultar a percepção dos beneficiários dessas acções a nível das comunidades locais.

Em anexo (7), pode ler-se mais sobre as práticas de RSE desenvolvidas pela empresa DHL Express Portugal nas três vertentes fundamentais.

4.2. Projecto Abrigo

Segundo fontes da Associação, a CAIS é uma IPSS sem fins lucrativos, fundada em 1994, com a missão de contribuir para o melhoramento global das condições de vida de pessoas sem casa/lar, social e economicamente vulneráveis, em situação de privação,

exclusão e risco. Contudo, destacam-se dois grandes projectos desenvolvidos pela Associação.

O primeiro foi a criação da *Revista CAIS*, inspirada na revista inglesa «*The Big Issue*». Trata-se de uma revista que, na sua abordagem, privilegia questões sociais, culturais e científicas e cujo principal objectivo é despertar a atenção dos leitores e do público em geral sobre assuntos de âmbito social relacionados com os *Sem Abrigo* e/ou outras pessoas na situação de exclusão na sociedade portuguesa. É vendida na rua, por pessoas sem casa/lar, social e economicamente vulneráveis, em situação de privação, exclusão e risco, no Valor de 2€, onde 70% deste valor (1,70€) reverte a favor do vendedor.

Porém, constituem objectivos da CAIS: colocar na ordem do dia as temáticas relacionadas com a pobreza e exclusão social; potenciar o trabalho em rede e consolidar parcerias; valorizar os beneficiários do sistema social enquanto elementos críticos e activos e desenvolver e implementar estratégias de intervenção social adequadas às necessidades das populações alvo. Neste âmbito, a partir de 2003, a CAIS procurou expandir a sua área de actuação através da criação de um centro CAIS o qual, para além de funcionar como Sede da Associação, pretende apoiar de forma integrada as pessoas, os *Sem Abrigo* e outros grupos excluídos e empobrecidos. Ou seja, o Centro apresenta-se como um centro de dia polivalente, com uma primeira localização em Lisboa e, posteriormente, um outro no Porto.

O Segundo projecto desenvolvido pela CAIS é o *Projecto Abrigo*. De acordo com o Protocolo (Anexo 6), este Projecto resulta de um investimento empresarial a longo prazo como é uma aposta forte e clara no trabalho sócio-cultural e político desenvolvido pela Associação, nestes últimos anos, a favor de uma sociedade mais livre, igual e fraterna.

A razão de ser deste projecto foi o de tentar reunir condições que permitissem que a CAIS pudesse continuar com a sua missão. Ou seja, o *Projecto Abrigo* pretende, através da oferta de “*core business*” e mão-de-obra das empresas signatárias, ajudar a CAIS a prosseguir os seus fins de “*apoio e integração profissional de grupos socialmente excluídos, pela promoção do desempenho de um trabalho digno e do auferimento de um pequeno salário que permita o acesso a condições mínimas de vida, excluindo o recurso à mendicidade*” (Anexo 8). Contudo, uma vez que, por um lado, os recursos se têm tornado mais escassos e, por outro lado, os subsídios e os donativos tendem a diminuir de ano para ano e, tendo em conta o sucesso que sempre é alcançado quando são erguidas parcerias com outras empresas, a CAIS foi “bater à porta” daquelas empresas que foram

seleccionadas para integrar este projecto. Foi neste âmbito que, prosseguindo a sua tradição de boas práticas e cidadania empresarial, a *DHL Express Portugal*, a *PT Comunicações*, a *BP Portuguesa*, *Lusomundo Média*, *Sacoor Brothers*, entre outras, assinaram no dia 16 de Julho de 2002, um protocolo com a CAIS. Porém, de acordo com o documento em anexo, são 13 as empresas que aderiram a este Projecto (Anexo 6).

A *DHL* prontificou-se a fazer distribuição dos 50 mil exemplares, em 13 pontos de distribuição que haviam na altura da assinatura do protocolo e que se previa um aumento até ao limite de 20;

A *PT Comunicações* ofereceu equipamentos, serviços de telecomunicações e respectiva instalação, para além da sua mão-de-obra nas acções de divulgação da CAIS;

A *BP Portuguesa* disponibilizou-se a divulgar o Projecto no futuro catálogo da sua promoção *BP Premier Plus*, podendo os beneficiários dos pontos, previstos no catálogo, fazer reverter os mesmos para a CAIS a quem disponibilizará também um cartão BP destinado ao abastecimento de combustível;

A *Lusomundo Média* irá disponibilizar um *banner mensal* a incluir nos *Jornais Diário de Notícias, Jornal de Notícias e 24 Horas*, no segundo dia anterior à distribuição da revista;

A *Sacoor Brothers* forneceu gratuitamente equipamentos da sua criação que são distribuídos anualmente aos 280 vendedores da revista CAIS.

Portanto, o *Projecto Abrigo* possibilitou não só o aumento de tiragem da revista como ampliou a sua abrangência geográfica e, conseqüentemente, possibilitou a ampliação do número de pessoas abrangidas por esta Associação. Este Projecto mostra, também, que as empresas podem e devem intervir de forma activa na comunidade e que essa participação sai fortalecida quando feita em parceria estreita com outras organizações e ONGs. Estas últimas, têm por missão apoiar e encontrar os melhores caminhos para uma sociedade mais justa e igualitária. Para além deste protocolo relativo ao Projecto Abrigo, a CAIS mantém relações protocolares com a *Segurança Social*, o *ACIDI – Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural*, *Câmara Municipal de Lisboa* e com a *Santa Casa da Misericórdia do Porto* (<http://www.cais.pt>).

Quanto aos apoios, a CAIS conta anualmente com os bens e/ou serviços da *Fundação PT*, *BP*, *Grupo Control Investe*, *CTT*, *DHL*, *ABREU&ASSOCIADOS – Sociedade de advogados*, *RL-*, *Lusa*, *Ogilvy*, *QuikEmbal*, *Central de Cervejas e Bebidas*, *ALD Automotive*, *sumopublicidade* e *Unicer* tornando assim o Protocolo “Projecto Abrigo”, num Protocolo de cidadania empresarial.

O “*Pão de Todos, Para Todos*”, é outro evento de carácter social, desenvolvido pela CAIS e seus associados, realizado em torno da partilha do pão numa praça de Lisboa. Desde a sua 1ª edição, é patrocinado pelo Grupo Santander Totta (*idem*).

Com o Projecto Abrigo, a CAIS e os seus parceiros procuram ajudar a resolver um dos problemas que permanece nos grandes centros urbanos e do qual Lisboa e Porto não são excepção, o problema dos Sem Abrigo, de pessoas que vivem em situações desumanas debaixo de Pontes, Jardins e outros locais dessas Cidades e arredores. As pessoas beneficiárias deste Projecto encontram nesta associação uma nova oportunidade de voltarem a fazer parte desta sociedade cada vez mais individualista e egoísta. As pessoas, através da venda da revista, encontram uma esperança de voltarem a viver, voltarem a sonhar com uma vida melhor, seja porque vão interagindo com os outros no espaço público, seja pela retribuição que auferem em função das vendas realizadas.

4.3. As Histórias de Vida

De modo a proteger a integridade das pessoas de quem recolhi estas mini-histórias de vida, resolvi não apresentar, nesta transcrição, os nomes das pessoas contactadas. Aliás, o anonimato foi a garantia que lhes dei na altura em que as abordei nas ruas de Lisboa. Sendo assim, as pessoas são identificadas pelas letras maiúsculas.

A técnica utilizada para a recolha da informação foi igual para todos, ou seja, procurei uniformizar as interjeições ou questões de insistência de modo a que as diferenças se verificassem no tipo de resposta e não nas questões de insistência. Mas, o que se verificou, em certos casos, é que, apesar da implementação da técnica de insistência, algumas pessoas não quiseram se abrir comigo, principalmente sobre o seu passado. Contudo, consegui alguma informação interessante para o trabalho. Esta atitude de timidez, no relato da sua história, verificou-se muito mais por parte dos homens do que por parte das mulheres. Algumas histórias preferi contá-las na primeira pessoa, outras são contadas na terceira pessoa.

Foram no total recolhidas 11 histórias de vida, das quais 3 são do sexo feminino e 8 do sexo masculino, pessoas com idades compreendidas entre os 27/28 e os 57/58 anos de idade. Esta diferença numérica entre o sexo feminino e o masculino da amostra deve-se sobretudo ao elevado número de homens a exercer esta actividade e, também, ao modo

como as pessoas foram encontradas nas ruas de Lisboa, aleatoriamente. As histórias começam por uma pequena descrição do indivíduo à qual se segue a informação sobre algumas fases marcantes da vida de cada um, da vida que levava antes de ser vendedor/a da CAIS, os motivos que o/a levaram até ali, entre outros.

História [A]

Nasceu e reside em São Sebastião da Pedreira, perto da Praça Marquês de Pombal, sexo masculino, 40 anos de idade, possui o 6º ano de escolaridade. Pai de um filho de 9 anos, tem 5 irmãos, 4 rapazes e uma rapariga, onde ele é o mais velho dos rapazes. Quanto aos pais não tem nenhuma referência porque, segundo ele, faleceram ainda pequeno. Há dois (2) anos e meio que tem arrendada uma casa, onde vive com a esposa e o filho de 9 anos. Parte das despesas da casa são pagas por ele e, a outra parte, é custeada pela CAIS.

Esta é a sua história contada na primeira pessoa:

Perdi os meus pais muito cedo, fui criado com os meus avós e a minha irmã mais velha desde os seis (6) meses de idade. E depois de os meus avós falecerem, tinha eu catorze (14) anos de idade, saí da escola porque, naquela altura, saía-se aos catorze (14) anos. Quem quisesse continuar o Liceu era conforme as posses que havia, mas eu perdi tudo nessa altura, perdi os meus pais, os meus avós, a última foi a minha avó e, então, fiquei nesta situação de Sem Abrigo, sem ninguém, não tinha apoio nenhum e era menor ainda, tinha 14 anos.

Passei várias dificuldades na vida, sem ninguém, sem nada, não tinha nada. Trabalhava nos mercados, ajudava as pessoas dos mercados a porem a hortaliça, os senhores do talho e da peixaria e, assim, conseguia os alimentos sem ser de cozinhar, alimentos que não fossem para cozinhar porque não tinha sítio para onde os cozinhar, por exemplo, chouriço, torresmos, peras, laranjas, entre outros. Ajudava as pessoas e conseguia assim esses alimentos para comer durante o dia. Aparecia às portas dos mercados muito cedo e as pessoas pediam-me e eu ia ajudar.

Estou na CAIS há cerca de dez (10) anos. Entrei na revista CAIS já era maior e vacinado. Conheci a CAIS através de uma instituição – “Comunidade Vida e Paz”, onde a pessoa responsável é a irmã Maria Gonçalves. A irmã disse-me que iria sair uma revista, que é a revista CAIS para ajudar as pessoas que necessitam, que precisam, que não têm

condições e, a nossa instituição vai aderir a essa revista e se estiver interessado nessa altura, dá uma olhadinha e vê. Vi a revista e assim fui para a CAIS. Neste momento, estou 100% na CAIS a vender a revista, mas estou a procurar alguma coisa melhor. A CAIS é para isso mesmo, não é para a gente ficar fixo para toda a vida na revista. É para desenvolver o vendedor e arranjar condições na vida social para o bem-estar. Os apoios que tenho são os 70% que ganho da venda de cada revista que custa 2€, tenho também um apoio social da minha directora da instituição *AMI*, refeições diárias na *AMI*, e uma cesta básica do Banco Alimentar todos os meses. Na CAIS, para além dos 70%, temos formação para os vendedores que antes não havia, também são coisas boas, temos todo o apoio necessário, qualquer problema que surge com o equipamento da CAIS, eles resolvem. Desde que conheci a CAIS, a minha vida melhorou muito e, acredito que vai melhorar ainda mais, porque a CAIS é uma coisa positiva e quem segue ela a 100%, se dedica à CAIS 100%, a CAIS traz várias etapas na vida.

Uma delas é o contacto com a vida social cá fora, com o público, com os clientes. Esse é um factor muito enriquecedor, porque lidamos com várias classes sociais da vida. A outra é o vestir, é o pratinho da comida não é, e é o tectozinho para a gente dormir. Por isso, são as grandes condições que a CAIS dá no dia a dia.

As relações entre nós são estáveis, boas. Somos pessoas simples, compreendemo-nos uns aos outros porque passámos quase as mesmas dificuldades, não há problemas nenhuns. Já houve vários problemas com a CAIS relacionados com os equipamentos e outros mas, entre nós vendedores da CAIS, já estamos a par disso e queremos mostrar coisas positivas às pessoas. Há instituições que aceitam as pessoas de uma maneira, depois surgem complicações porque alguns vendem ou trocam equipamento, fazem falcaturas, e então há esses problemas que às vezes surgem, mas agora já não tanto. Agora temos equipamento novo que é difícil falsificar, assim como as revistas também, agora temos mais segurança.

Vejo a CAIS como algo positivo, devolveu-me a esperança de viver.

Avenida de Liberdade, quarta-feira, 30 de Julho de 2008.

História [B]

Nasceu na Roménia em 1979, sexo masculino, 27 anos de idade. Arrenda uma casa em Lisboa onde vive em união de facto com a sua mulher, também de nacionalidade Romena e 2 filhos. Possui o 4º ano de escolaridade. Tem 9 irmãos, sendo ele o terceiro.

Esta é a sua história que, por motivos de comunicação ao longo da gravação, por problemas de pronúncia de algumas palavras e algumas frases mal construídas, preferi ser eu próprio a contar a sua história na terceira pessoa.

Órfão de pai e mãe desde muito cedo, aliás, segundo ele, não os chegou a conhecer. O pai era operário têxtil e a mãe agricultora. Enfrentou dificuldades desde muito cedo na casa onde vivia com os seus avós, na Roménia, não tinha dinheiro para pagar a escola, comprar roupa, entre outros bens, não conseguia arranjar trabalho e, como ele me contou, resolveu emigrar para Portugal na busca de melhores condições de vida.

Quando chegou a Portugal, a vida também não foi fácil, os trabalhos não duravam muito tempo e depois ficou mesmo sem trabalho; mesmo assim, nunca dormiu na rua, nem enveredou por maus caminhos, como a droga ou outros males.

Quando lhe perguntei sobre a sua vida do passado antes de estar na CAIS, respondeu:

“Antes a minha vida era má, muito má, não tinha trabalho, não tinha onde ir para conseguir alguma coisa para alimentar a minha família, não sabia como conseguir comida para os meus filhos e agora com este Projecto consigo alguma coisa para ajudar a minha família”.

A falta de trabalho angustiava-o até que um dia conheceu a CAIS, através de uma assistente social, onde foi contar a sua vida, a forma como vivia, *“(...) fui lá contar minhas coisas, minha vida e assim consegui este trabalho de vender a revista CAIS”*. Na altura da recolha desta informação, ele estava na CAIS aproximadamente há um mês.

Para além dos 70% que beneficia da venda da revista, ou seja 1,40€, tem apoio do Banco Alimentar todos os meses, uma cesta básica concedida por uma assistente social na zona de residência. Dedicar o seu tempo exclusivamente à venda da revista mas, segundo ele, está a tentar arranjar um trabalho melhor: *“Estou inscrito no Centro de Emprego para arranjar um trabalho e quando eles conseguirem ligação para o meu assistente social para eu receber o trabalho”*.

Sobre as relações com os colegas, considera que há boas relações entre ele e os outros colegas, vendedores da revista CAIS. Confessou que, aquando da entrada na CAIS, mudou muito a sua vida, conseguiu ajudar a família; a revista deu-lhe uma esperança para voltar a sonhar com uma vida melhor.

Baixa Chiado, frente ao Consulado do Brasil, quarta-feira, 30 de Julho de 2008.

História [C]

Nasceu em Moçambique, Lourenço Marques, sexo masculino. Em Portugal vive em Odivelas, com a mãe e a filha, 40 anos de idade, 7º ano de escolaridade. O pai assim como a mãe têm ensino superior, tem dois irmãos, a mãe é reformada bancária.

Sobre a sua vida, o senhor não quis contar quase nada, limitando-se apenas a dizer que teve uma vida difícil no passado relacionada com o álcool. Mas escutemos a sua história na primeira pessoa.

Cheguei à CAIS por intermédio de um amigo que também vende a revista. Falei com ele e apresentou-me na AMI das Olaias, entrava e saía quando conseguia outro trabalho. Houve uma altura que consegui emprego numa pastelaria e tive que deixar de vender a revista. Agora estou já há cinco (5) anos. Sobre a minha vida não tenho nada a contar. Foi uma vida complicada, prontos, mas nunca fiquei na rua, tive alguns problemas de saúde que não me deixavam trabalhar, fui operado à coluna e isso obriga-me a não fazer trabalhos pesados. Fiz um curso de cozinheiro, mas nunca cheguei a exercer. Da minha mãe não tenho nenhum apoio. Da CAIS, tenho o que ganho quando vendo a revista, tenho acompanhamento de uma assistente social, tenho também o apoio do Banco Alimentar em comida todos os meses. Neste momento vendo só a revista porque não posso fazer trabalhos pesados devido a minha coluna; a doença obriga-me a estar 100% na CAIS.

Quando perguntei sobre as relações que tem tido com os outros colegas, ele respondeu:

“Poucas ou nenhuma tenho com eles, mas de uma forma geral acho que são boas. Tivemos um mini-curso de um dia, falamos bem mas, de resto, não compartilho o dia a dia com eles”. Confessa que a entrada na CAIS melhorou a sua vida.

Rotunda do Rato, quarta-feira, 30 de Julho de 2008.

Nota: *A recolha do historial anterior (B), foi um pouco complicada, o indivíduo não quis contar muito sobre o seu passado. Com algumas insistências, ele limitava a dar respostas de tipo “sim”, “não”, “epá se calhar”, “não posso dizer mais que isso”, mas consegui ficar com uma certa ideia.*

História [D]

Nasceu em Moçambique, Lourenço Marques, sexo feminino. Em Portugal vive no VITAE, um centro que acolhe os Sem Abrigo, na zona de Xabregas, 51 anos de idade, solteira, não tem filhos, 12º Filosofia, certificado 9º ano. Foi pintora, desenhadora e fazia copa (lavar pratos) em restaurantes.

Eu sou uma Sem Abrigo, perdi os meus pais. Em vida o meu pai era agrónomo e a minha mãe fez formação em piano. Ela estudou no Conservatório de piano até ao 7º ano, em Lisboa. O meu pai era agricultor de tabaco, depois tornou-se num homem de negócios. Não tenho irmãos, só primos. Estive 3 anos no acompanhamento, por um psicólogo. Acho que a vida castigou-me por não ter ouvido os conselhos da minha mãe e, quando os perdi, as coisas complicaram-se. Há quinze (15) anos que não tenho família, não tenho casa, não tenho ninguém, o que eu tinha roubaram-me tudo. Passava a vida a pintar na rua para vender, vendia na rua para os turistas, para os portugueses, para quem quisesse e vinha dormir aqui no VITAE, onde estou até agora. Estou aqui há 8 anos.

A necessidade de estar legal levou-me para a CAIS, através do Grupo Companheiro que fica na zona de Benfica, uma instituição que foi aberta para os ex-presidiários e que abriu também as portas aos Sem Abrigo que é o que eu sou. Eu a pintar na rua, não tinha autorização para estar a pintar e os polícias também não deixavam, depois é a fome e outras coisas. Assim preferi optar por uma licença, tenho o meu cartão e ninguém pode dizer: você não pode estar aqui porque não está legal. Assim, procurei apoio na CAIS, porque para além de vender a revista também pinto lá na CAIS. Na CAIS recebo todo o material para a higiene pessoal, vendo a revista, tenho aulas de ioga, pintura, internet, entre outras coisas. Tenho uma assistente social que foi impecável para mim. Tenho a minha reforma que não é grande coisa. Agora pinto mais por amor à Arte porque quase não se ganha nada, mas isso lá na CAIS, quando posso. O meu negócio agora é com as revistas. Vivo no centro de acolhimento VITAE, não pago nada. As condições são aquelas, por

exemplo, agora não temos armários, porque as pessoas deixavam as coisas apodrecerem dentro dos armários e depois tiraram-nos todos os armários. Temos agora uns caixotes pequenas onde colocamos a nossa roupa e os nossos produtos de higiene.

Desde que estou na CAIS, a minha vida mudou de certa forma, deixei de ser obrigada a pintar um milhão de vezes a mesma janela, a mesma rua porque eu pretendo ser artista não é, fotocopiadora. E tenho mais possibilidades de vir a ser artista aqui vendendo a revista porque tenho aulas de desenho e às vezes pinto a óleo, estou aprender a pintar a óleo. Aliás, tenho dois (2) professores, um que está há vinte (20) anos na CAIS, que é inglês, e um arquitecto que é quem me compra as telas e me ensina a pintar a óleo. Faço as duas coisas ao mesmo tempo.

As relações entre nós são boas, são pessoas muito educadas, nunca tive problemas com ninguém, são pessoas impecáveis.

Acho que Deus sabe o que faz e, por alguma razão, estou aqui e essa razão é pelo que eu fui outrora, fiz mal a mim própria, à minha mãe, percebe? E estou a pagar por aquilo que fiz à minha mãe, estou a pagar por aquilo que fiz a outro fulano, mas acho que já paguei o que tinha a pagar, só se Deus achar que ainda não paguei tudo, isso já é outra coisa, não é? A gente somos todos pecadores. Que atire a primeira pedra quem nunca pecou.

Xabregas, frente a VITAE, terça-feira, 05 de Agosto de 2008.

História [E]

Natural da freguesia da Graça, Lisboa, sexo masculino, 47 anos de idade, viúvo, vive maritalmente com outra mulher, numa casa onde parte das despesas são pagas pela CAIS e a outra por ele. Tem três (3) filhos, habilitações literárias equivalentes ao antigo 1º ciclo, já foi empregado de mesa, tem três irmãos, sendo ele o mais novo. O pai, em vida, era alfaiate e a mãe costureira de alfaiate.

A minha vida é uma vida triste. Eu era um alcoólico, fiz duas curas e, na última, fui mesmo obrigado a deixar de beber porque se não morria. Agora sofro de uma doença que me impossibilita trabalhar – Esclerose Múltipla. Então fui à CAIS procurar trabalho, procurar apoio. Antes vivia mesmo na rua. Presentemente já tenho uma casa, uma pronto, agora presentemente já tenho o meu lar, a minha família.

Comecei a vender na CAIS desde o 5º e 6º número, agora vai no número 132, vendo há cerca de dez (10) anos. Desde que estou na CAIS tenho tido muito apoio, material, moral, todo o apoio que preciso. Tenho uma assistente social que visita-me sempre na minha zona de residência, tenho apoio nas despesas da casa porque pago 130€ por mês, tenho tido também apoio do Banco Alimentar todos os meses. Devido à minha doença, estou só a vender a revista. Com a CAIS, a minha vida melhorou muito, tenho um grande apoio não material, mas psicológico, apoio moral. O que eu preciso, seja da Dr.^a Daniela, seja do director mesmo da CAIS, eles estão sempre prontos a ajudar.

Temo-nos relacionado muito bem uns com os outros, não tenho tido problema algum com os meus colegas. Com os portugueses não há problemas. Às vezes, têm havido com aqueles vendedores que vieram agora de Leste. Esses são os piores, arranjam revistas não sei aonde e vendem a seus preços. Acho que, para mim, o reaparecimento da revista foi muito útil, escusamos já de andar por aí a fazer coisas que nos levam a outros caminhos.

Terminal de Terreiro de Paço, terça-feira, 05 de Agosto de 2008.

História [F]

Natural da Roménia, sexo feminino, 43 anos de idade, com três filhos todos na Roménia, nunca foi à escola. Na Roménia trabalhava na agricultura e fazia limpeza. Arrendou uma casa onde parte das despesas são pagas por ela e a outra parte é custeada pela revista CAIS.

Esta é a sua história que contou:

Os meus pais morreram era eu ainda pequena, não cheguei a conhecê-los. Não sei o que eles faziam nem a escola deles. Fui criada com os outros meus familiares que também não tinham condições para me mandar à escola. A minha vida foi difícil, não tinha trabalho porque também não estudei e não tinha ninguém para ajudar-me. Tenho oito (8) irmãos, cinco (5) homens e três (3) mulheres, eu sou a mais velha das mulheres.

Estou em Portugal já há 7 anos. Na CAIS estou há 6/7 anos, não tenho muita certeza. Quando cheguei a Portugal fui atrás para procurar trabalho, não conhecia ninguém e não consegui, prontos um estrangeiro procurar trabalho foi difícil, não tinha como viver. Depois andei também numa firma onde trabalha um companheiro meu, não consegui para eu trabalhar ali. A minha vida era difícil, quando cheguei a Portugal fiquei 2 meses sem

trabalhar. Então fui procurar na rua e na paragem de camionetas e vi um romeno com a revista CAIS. Depois tive um amigo que sabia ler e eu comprei a revista e pedi para ele ler para mim, vi o número de telefone. Depois uma portuguesa me ensinou como chegar aqui, na AMI – Centro Porta Amiga das Olaias. Conte a minha vida, a verdade, e depois a Dr.^a Margarida me ajudou muito, porque eu falei a minha vida, a minha situação. No meu país não tenho nada, só tenho muitos irmãos pobres, e pedi para ficar aqui para viver. Também preciso mandar dinheiro para o meu país porque tenho irmãos e são pobres, não têm nada. Mas, graças a Deus, não sei como vou agradecer a Dr.^a Margarida Mendes, não tenho palavras, porque ela me ajudou desde o primeiro dia. Ajudou-me com dinheiro para apanhar o metro, me ajudou com comida daqui, dormia na pensão onde pagava 5 a 10€ por noite e ela me ajudou. Era uma vida muito difícil que eu vivia.

Eu vim aqui porque não tinha trabalho, não conseguia apanhar trabalho, não tinha nada, andava muito a procurar trabalho e não conseguia, era difícil. Mas agora, graças a Deus, com este trabalho tenho os meus clientes que vendo a revista CAIS, nunca engano, não gosto de enganar as pessoas. Muito gente já tentou, querem pagar a revista por 3€ ou 4€ e eu digo não, a revista são 2€, está aqui marcado. Não quero enganar as pessoas porque cada revista sai uma vez por mês e se eu enganar as pessoas num mês, no outro mês já não vou conseguir vender a revista, está a ver! Não sei como vou agradecer aos meus clientes que sempre compram a revista cada mês que sai. Desde que conheci a CAIS a minha vida melhorou. Vendo só a revista, não faço mais nada porque não consigo. Às vezes faço um particular, ajudar a fazer limpeza em casa das senhoras, mas não é sempre porque às vezes saio daqui cansada.

Sobre as nossas relações vou dizer-te a verdade, falar verdade porque eu sou muito directinha com as pessoas. Não sei, mas cliente já me disse, as pessoas falam; oh Helena, no outro sítio falam, dou nota de 5€/10€ e não me dão troco, dou nota de 20€ não me dão troco, o que é isso? É enganar, eu não sei porquê..., a vida do outro. Eu sei a minha vida e eu nunca engano. Por isso que não tenho amigos da CAIS, ninguém, sou sozinha, ando sozinha não me interessa a vida do outro.

Com a CAIS, a minha vida mudou muito. Sem dinheiro não se pode viver. Para roubar não dá, praticar putaria também não gosto. Então, com isto consigo trabalho, fico com 70% para mim, consigo alguma coisa para viver. Tenho agradecer muito a minha firma, a Dr.^a Margarida e a subdirectora Manuela que sempre me ajudaram, agradeço muito.

Areiro, Sede da AMI, segunda-feira, 04 de Agosto de 2008.

História [G]

Natural do Barreiro, Quinta da Lomba, sexo masculino, 55 anos de idade, solteiro, 2º ano de ensino preparatório, não tem filhos, mas tem três irmãos, onde ele é o mais velho.

A sua história começa assim:

Já fui funcionário em várias áreas, fazia tudo o que fosse necessário. Queres que te diga? Até cheguei a trabalhar nas obras, cheguei a ter casa própria no Barreiro. Depois perdi os meus pais. A minha mãe morreu quando tinha quatro (4) anos de idade. Em vida, ela era doméstica, o meu pai dá-me a impressão que tinha a 3ª Classe, depois fez a 4ª na tropa. Tive uma vida difícil, vivia mal, principalmente quando parei de trabalhar, quando tive problemas neste pé, as dificuldades aumentaram, não conseguia trabalho nem tinha apoios. Fiquei muito tempo sem trabalho, vivia de pequenos favores, só Deus sabe o meu sofrimento, o não ter o que comer, lugar para dormir. Um dia vi a revista CAIS, a morada e fui para lá. Conhecer a CAIS foi o virar de uma página na minha vida, não é a vida que desejava ter, mas é melhor, muito melhor e..., o ter uma casa para dormir, a comida já é muito.

Quando vendo a revista ganho 70% em cada revista que são 2€. Vou completar 13 anos que estou na CAIS. Nunca fiz outra coisa, só vendo a revista. Também com o problema do meu pé, as pessoas não dão trabalho, já sou velho, estou bem aqui. Aqui tenho todo o apoio que preciso, a minha Dr.^a também ajuda-me sempre que necessário, temos uma refeição diária oferecida pela nossa Dr.^a da instituição, tenho ajuda do Banco Alimentar todos os meses, e ajuda de um assistente social na minha zona de residência. Graças a Deus não bebo nem fumo, por isso nunca tive esses problemas, é a vida, falta de dinheiro, falta de assistência, de família, de um lar para viver, como já disse perdi os meus pais e fiquei sem ninguém, mas com a CAIS, a minha vida mudou. Mesmo assim, ainda está um pouco difícil. Neste momento vivo numa pensão, onde parte das despesas é a revista que paga. A AMI ajuda também em algumas despesas.

As relações entre nós dependem. Tenho colegas que pertencem à AMI, que sim senhor há respeito. Mas quando entrei na CAIS, a Dr.^a Inês Frazão, que era a directora da CAIS na altura, e que agora é o Dr. Henrique Pinto, ela chamou-me a atenção para ficar na minha, não arranjar problemas. Agora, ultimamente é diferente. Antigamente havia regras, havia respeito. Agora aparece aí alguém com revistas também a vender, a dizer que é da CAIS, mas com o novo equipamento consigo ver quem não é da CAIS, agora todos temos

crachá e é difícil falsificar, temos bonés, coletes e uma pasta com o nome da CAIS. Às vezes até apareciam de civil a venderem a revista, epá, não é vendedor da CAIS e sou contra isso.

Areeiro, Centro Comercial de Alvalade, segunda-feira, 04 de Agosto de 2008.

História [H]

Natural da Roménia, sexo masculino, 39 anos de idade, divorciado com 2 filhos na Roménia, licenciado em Silvicultura, tem um irmão na Roménia, vive em Talaíde, Lisboa.

Está em Portugal há sensivelmente oito (8) meses, com objectivo de arranjar trabalho, mas não consegue nada. Segundo ele, o facto de não possuir a mão no braço esquerdo, isso dificulta mais a vida dele, porque quando se dirige a uma instituição para arranjar trabalho dizem que não tem mão – *“procura trabalho, mas não consegue, as pessoas dizem que não tem mão, essas coisas”*. Em Roménia já foi motorista, mas quando teve acidente e perdeu a mão, o patrão despediu-o da firma. Agora está aqui em Portugal a tentar arranjar algum trabalho. O pai, que já morreu, estudou até ao 10º ano e trabalhava como motorista. A mãe é reformada. Conheceu a CAIS através de um amigo romeno vendedor também da revista. O facto de não conseguir arranjar trabalho devido ao problema que tem no braço esquerdo, levou-o a procurar trabalho na CAIS. Afirma que, mesmo na CAIS, foi difícil entrar, mas depois de entrar foi muito bom para ele, onde já vende há 6 meses. Arrendou uma casa e é ele que paga todas as despesas com o dinheiro que ganha da venda da revista, que são 70%. Segundo ele, não tem nenhum outro apoio, só recebe comida do Banco Alimentar no fim de cada mês. Neste momento vende só a revista porque não consegue arranjar mais nada. Contudo, disse que está à procura de trabalho. Garante que está bem na CAIS e tem boas relações com os seus colegas.

Cidade Universitária, semáforos perto do ISCT, segunda-feira, 04 de Agosto de 2008.

História [I]

Natural de Angola, Luanda, sexo feminino, 47 anos de idade, solteira com três (3) filhos, 9º ano de escolaridade, frequentou um curso de informática mas nunca exerceu.

Em Portugal vive na Avenida de Ceuta, perto de Alcântara. O pai era desenhador projectista, trabalhava para a Junta Provincial de Povoamento e a mãe foi artista e tinha umas galerias em Luanda, era desenhadora. Tanto o pai como a mãe já faleceram. Tem duas irmãs e um irmão, só por parte do pai, onde ela é a mais nova das irmãs. Esta é a sua história de vida contada na primeira pessoa.

O que lhe posso contar sobre a minha vida é que andei vinte (20) anos na droga, depois, ao fim dos vinte anos caí na rua, afastei-me para não me magoar e ser magoada, da família claro. Eu decidi sozinha e me afastei da droga, afastei-me porque já não podia suprir as minhas necessidades e aí, então, eu pedi apoio para os meus filhos. A minha família ficou com eles para os criar e vim para a rua. Tive um ano na rua, mesmo na rua dentro de um carro e, depois, ao fim de um ano, fui para o hospital com uma anemia muito grande, com 30 kg. Foi aí onde eu comecei a cortar e disse: *“Assim não, eu vou ter que sair do buraco e vou ter que começar uma nova vida para provar aos meus filhos o quanto eu os amo e à minha família”*, e assim foi. Fui para os Sem Abrigo no Exército de Salvação, onde estive oito (8) anos, aí fiz a cura em três (3) meses, fui para o desafio jovem, fiz a frio porque eu não queria substitutos porque não é assim que a gente sai das coisas, fiz a frio. Era para estar um ano, estive três (3) meses e, depois, entretanto, lutei para ser um ponto de passagem na minha vida, lutei para ter a minha casa e quem me deu a mão foi a CAIS. Automaticamente foi com a CAIS que eu comecei a construir um mundo novo. Hoje tenho a minha casa, sou feliz. A curiosidade é que me levou para o mundo da droga, onde entrei com 16 anos. Como consequência disso, tive Hepatite C, graças a Deus não tenho HIV, porque naquela altura era diferente, havia outros cuidados. Fui operada a um tumor maligno, mas isso qualquer pessoa pode ter, tenho estado a tomar comprimidos de vez em quando, mas é só para a coluna, já que ficamos muito tempo em pé, isso é cansativo e, graças a Deus, estou viva, estou aqui. Fui uma das primeiras a estar na CAIS, como vês sou o número um (1), já lá vão 12 anos.

Foi através do Exército de Salvação que conheci a CAIS, através de uma assistente social que lá havia e fui-me informar e ela ficou de me dar a resposta. Ela tinha que falar primeiro com as pessoas da CAIS. Assim surgiu a oportunidade e, como sempre fazem, primeiro recebi as revistas e o equipamento e, na venda de cada revista ganhamos 1,40€. Foi a única hipótese, a necessidade de começar uma nova vida, emprego não há, então isso foi o que me empurrou para a CAIS e foi a primeira forma de eu começar a mostrar ao mundo que era capaz de vencer. A CAIS deu-me a mão, é a minha família, o meu mundo.

Eu era uma menina rica, tinha tudo, era feliz e aí a curiosidade levou-me a esse ponto de drogas. Eu era muito feliz, só foi pena ter havido guerra em Angola. Tentei tirar um curso de operadora de sistemas informáticos, no Centro de Emprego, porque é remunerado, só que paralisei novamente seis (6) meses, lá está, problema da coluna. Agora vivo numa casa oferecida pela Câmara de Lisboa, quando saí dos Sem Abrigo, onde pago 11,66€ por mês. A reforma ajuda-me a pagar as despesas da casa que é a água, luz, gás, NetCabo e TvCabo. Depois, isto é a lei da sobrevivência, para comer e suprir outras necessidades que às vezes são necessárias, como comprar roupa, os alimentos, produtos de limpeza e higiene que, até a CAIS me apoia muitas vezes, eu tenho de agradecer a Deus que é a minha força de viver. Tenho também o apoio do Banco Alimentar todos os meses, que trazem até à minha casa, como tenho problema da coluna e eles sabem. Tenho também o apoio da Santa Casa de Misericórdia que me deu os óculos, a prótese porque os meus dentes caíram e tive que os arranjar.

Sobre as nossas relações, é um pouco difícil dizer porque cada caso é um caso e nada é igual. Há maneiras de reagir, há maneiras de comportamentos, mas não tenho razão de queixa. Só me queixo dos falsos vendedores que andam aí a ratar a cabeça da gente. Há muitos falsos vendedores que andam por aí a vender a revista CAIS. A CAIS tem recebido várias queixas e aí, ela intervém, chama a polícia. Já foram apanhados vários, mas mesmo assim continuam. Este novo equipamento ainda não vi, vi o outro, o antigo. Eles se dirigem ao vendedor, como já se dirigiram a mim, e pedem para nós vender a tshirt ou o boné e as revistas por um euro (1€) cada, que são as propostas que eles fazem e eu digo que não. Se querem vender a revista que se dirijam à CAIS porque é lá onde devem pedir, não é a nós, nem sequer nós temos o direito de fazer isso, senão estamos a estragar a imagem da CAIS. Nós temos uma conduta que temos que cumpri-la. O conhecer a CAIS foi uma reviravolta daquelas a 100%. Foi com a CAIS que eu mudei a minha vida, foi com a CAIS que criei o meu novo mundo, pessoa amada, estimada, respeitada por todos, isso é muito bom. Só não consegue quem não quer, porque querer é poder, basta querer e, se eu consegui passar por todas estas etapas de cabeça erguida, também os outros conseguem, só não consegue quem não quer. Fecha-se uma porta, abrem-se as janelas, não é assim?

Avenida 05 de Outubro, entrada de Pingo Doce, terça-feira, 05 de Agosto de 08.

História [J]

Natural da Roménia, está em Portugal desde 2002, vivendo em Tires, 31 anos de idade. Vive em união de facto com uma romena e tem um filho. Na Roménia a actividade principal de sustento era a agricultura, mas antes de vir para Portugal trabalhou também numa pastelaria. Foi à escola mas, segundo ele, não deu nada, ou seja, não chegou a concluir nenhuma classe. Não conhece as habilitações dos pais, mas acredita que o pai trabalhava numa fábrica de ferro e a mãe na agricultura. Tem cinco (5) irmãos onde ele é o terceiro.

É a sua história contada na terceira pessoa.

Segundo o nosso entrevistado, veio para Portugal à procura de trabalho, de melhores condições de vida porque na Roménia não conseguia arranjar trabalho. Sobre a vida dele, não nos revelou muito coisa, limitando-se apenas a dizer que era uma vida má que levava na Roménia, não conseguia bons trabalhos nem dinheiro para ajudar a sua família.

Quando chegou cá, a Portugal, trabalhou numa padaria durante dois (2) anos e meio. Depois conheceu uma romena com a qual tem um filho. Quando teve o filho falou com o patrão da padaria onde trabalhava e disse-lhe que precisava de uma casa grande, *“patrão prometia, mas nunca arranja casa para mim”*, também pediu ao patrão para que o inscrevesse na Segurança Social, mas este não o fez, dizendo que não havia dinheiro. Então, isto lhe fez sair da padaria e, depois, ficou sem trabalho, sem apoios.

Depois conheceu o Padre Ernesto, que vive também em Tires, onde lhe foi contar a sua situação, a vida que levava e, o Padre Ernesto falou com outro Padre, o senhor Mário, que conseguiu lugar na CAIS para vender a revista, onde já está há três (3) meses. Sofre de uma doença que não lhe permite trabalhar que, segundo ele, o senhor Mário conhece muito bem porque lhe fez análises. Durante a nossa conversa, apontava sempre na zona do peito e das costas, mas não foi possível decifrar o nome da doença, mas ele dizia que doíam essas partes. Diz sofrer de dores fortes na zona da garganta principalmente quando tosse, algo que, segundo ele, teria surgido como consequência do trabalho que fazia na padaria.

Garantiu que, na CAIS tem tido apoios, ganha 70% na venda de cada revista, tem alimentos do Banco Alimentar e apoios do Padre e da assistente social. Alugou uma casa onde paga sozinho 160€ e que esse valor consegue-o vendendo a revista, já que dedica todo o seu tempo a vender a revista, porque não pode fazer outra coisa devido à doença que

tem. Entre os colegas de trabalho considera que existem boas relações e que com a venda da revista a vida dele tem vindo a melhorar, consegue pagar a casa e comprar comida.

El Corte Inglés, terça-feira, 05 de Agosto de 2008.

História [K]

Residente na zona de São Sebastião da Pedreira, Lisboa, sexo masculino, 56 anos de idade, vive em união de facto e tem dois (2) filhos, fez a 4ª Classe, chegou a fazer um curso de pintura que nunca chegou a exercer. A mulher também é vendedora da revista CAIS. O pai assim como a mãe também tinham a 4ª Classe, tem três (3) irmãos, sendo ele o terceiro. Ele começa assim a contar a sua história: Queres saber a minha vida, o que lhe posso dizer? Sou órfão de pai e mãe, o meu pai morreu já há dezassete (17) anos e a minha mãe, passam já dez (10) anos que ela morreu. Em vida o meu pai era cozinheiro e a minha mãe era doméstica. Andei na distribuição das páginas amarelas durante vinte (20) anos, graças a Deus nunca tive problemas de álcool nem de saúde, aliás, não bebo só fumo.

Estou na CAIS já há sete (7) anos, cheguei à CAIS através de um companheiro. Não estava a trabalhar e mandou-me ir lá pedir trabalho e eu fui. Estava desempregado, tenho filhos, e sem trabalho e sem apoios era complicado. Dirigi-me para lá e aceitaram-me para vender a revista e, depois, mais tarde, entrou também a minha mulher. Aqui o que se vende é o que se ganha, mas também tenho o rendimento mínimo, através da Segurança Social que é o Estado, mas retirando isso, não tenho nenhum apoio. Tenho estado à procura de algum trabalho, mas neste momento só vendo a revista. Isto está mal, não há emprego. Também com a minha idade torna-se difícil conseguir alguma coisa, mas pode ser que algum dia apareça alguma coisa.

Neste momento vivo numa casa alugada, onde pago 52€. Parte desta despesa sou eu que pago e a outra parte é a CAIS. As relações entre nós são boas, mas muitas das vezes tem sido, uma boa tarde, um bom dia, prontos não tem havido problemas. Com os outros, os de Leste não nos damos lá muito bem. Com a CAIS acredito que a minha vida melhorou um bocado porque ganho algum, mas está quase na mesma. Estou à espera de um emprego, se ficar a vender isto só ao fim do dia estou assado não é!?

Praça de Espanha, terça-feira, 05 de Agosto de 2008.