

A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) E A INCLUSÃO DIGITAL: A GESTÃO DO TERRITÓRIO NA SOCIEDADE INFORMACIONAL

Thiago Adriano MACHADO¹
Ana Cristina de Almeida FERNANDES²

RESUMO

O novo viés da atividade empresarial, o social, tem construído no período contemporâneo da globalização e difusão das tecnologias da informação a chamada responsabilidade social empresarial (RSE). O discurso e a prática tem se apropriado de debates globais, tais como a degradação ambiental e a cidadania. Contudo, um tema que ganha cada vez mais relevância é o da inclusão digital, em face da difusão global das tecnologias da informação e seus efeitos desiguais. As empresas se utilizam desse tema para elaborar seus projetos de RSE, intervindo no território muitas vezes de maneira altamente seletiva e fragmentada, produzindo uma prática política instrumental aos interesses corporativos, o que produz efeitos onerosos aos lugares. Consolida-se, portanto, a RSE enquanto elemento e produto da psicosfera e da gestão do território elaborado pelas empresas no espaço globalizado.

Palavras-chave: responsabilidade social empresarial, inclusão digital, psicosfera, gestão do território.

ABSTRACT

The new bias of corporate activity, the social, has been building in the contemporary period of globalization and diffusion of information the so-called corporate social responsibility (CSR). The discourse and practice have taken up the global debates, such as environmental degradation and citizenship. However, a theme that has gained increasing relevance is the digital divide, given the global spread of information technologies and their mixed effects. Businesses will use this issue to develop their CSR projects, operating in the territory often in a highly selective and fragmented means, producing a utilitarian practical policy to corporate interests, which take expensive effect for places. It reinforces, therefore, the CSR as part and product of psychosphere and management of the territory held by the companies in a globalized environment.

Key words: corporate social responsibility; digital divide; psychosphere; management of the territory

1. INTRODUÇÃO

As novas configurações processadas pela globalização e a construção de um mundo que se forja pós-industrial, pós-fordista e pós-moderno (HARVEY, 1989) produz efeitos

¹ Graduando em Geografia – Bacharelado pela Universidade Federal de Pernambuco e integrante do Grupo Inovação, Tecnologia e Território (GRITT) – Bolsista PIBIC/CNPq. E-mail: machado.ta@gmail.com.

² Doutora em Geografia pela University of Sussex e professora adjunta do Departamento de Ciências Geográficas da Universidade Federal de Pernambuco e líder do Grupo Inovação, Tecnologia e Território (GRITT). E-mail: anacf@ufpe.br.

em todas as esferas da vida social, pois as mudanças nos sistemas produtivo, organizacional e na forma de se comunicar seguem de acordo com as transformações do capital e o desenvolvimento técnico-científico. A crise do fordismo e a transição em marcha para a acumulação flexível fazem parte da construção dialética de uma sociedade cada vez mais mergulhada nos fluxos de informação, que se difundem desigual e rapidamente na escala global, estabelecendo através de redes uma relação direta do lugar com o mundo. A desestruturação do Estado do bem-estar social intensificou esta relação local/global, induzindo os governos locais a tomarem a dianteira nas negociações com o capital, estabelecendo, dessa forma, uma estreita conexão entre as elites locais (econômica e política), organismos multilaterais (Banco Mundial, FMI) e as grandes corporações multinacionais (FERNANDES, 2001), que no processo da globalização se fortaleceram em face da dispersão geográfica da produção e da flexibilidade dos códigos nacionais.

Simultaneamente a essas transformações o século XX acolheu intensos debates com relação aos direitos humanos e à questão ambiental, explicitados no Relatório Brundtland (1987) e no *Global Compact* (2001), documentos da ONU (Organização das Nações Unidas) que se referem ao meio ambiente, direitos humanos, condições de trabalho e corrupção. Neste cenário é a grande corporação multinacional, também, a principal produtora de tamanhas desigualdades. Reagindo aos movimentos sociais de âmbito global e à imagem de vilã em construção, essas empresas adicionaram novas atividades ao papel clássico de produção de riquezas e geração de lucros. Fortalece-se, assim, a responsabilidade social empresarial (RSE), na qual as empresas se propõem a suprirem determinados serviços sociais e a promoverem a cidadania e sustentabilidade.

A promoção desta cidadania, enquanto rompimento com as desigualdades sociais se estabelece segundo um leque variado de ações. Atualmente, a difusão tecnológica e a elaboração de uma “sociedade informacional” (CASTELLS, 1999) abrem o debate sobre a exclusão digital, a concentração em determinadas camadas sociais dessas tecnologias, e os papéis a serem desenvolvidos pelo Estado, o terceiro setor e as empresas. Assim como a questão ambiental e a cidadania, o problema da exclusão digital é apropriado pelas empresas com a finalidade de legitimarem suas práticas no território, minimizando os conflitos sociais e ambientais, construindo, assim, uma psicosfera propícia para sua atividade econômica, ou seja, reprodução do capital.

O trabalho aqui empreendido tem por intenção trazer esse debate para a Geografia, compreendendo esse novo viés do mundo corporativo sob o embate das tecnologias informacionais e o seu uso. São ações novas que modificam o comportamento da

sociedade no território, aplicando a estes novos usos e novas formas de organização. Deste modo, trabalhar numa perspectiva geográfica a responsabilidade social empresarial é de imensa relevância para a construção teórica deste fenômeno contemporâneo, pois só uma crítica geográfica pode esclarecer as diversas lacunas expostas.

Garriga & Mèle (2004) ao citarem Carroll (1994) se referiram exatamente à necessidade de maiores esclarecimentos sobre esta nova atividade empresarial, considerando à medida que o autor citado se refere à RSE enquanto “um campo eclético com limites frouxos; com múltiplos membros e diferentes perspectivas; amplo ao invés de específico; multidisciplinar; abrangente de uma vasta literatura; e interdisciplinar”. Contudo, para que essa crítica geográfica (fortalecendo a interdisciplinaridade do tema) aqui proposta se efetive é necessário tomar a realidade tal como ela é, identificando os usos diversificados e inovadores do território juntamente com a intencionalidade dos atores envolvidos, fugindo, assim, de discursos prontos. Assim, apresentamos aqui uma revisão bibliográfica sobre a responsabilidade social empresarial e as ações de inclusão digital, interpretando-as de acordo com as transformações capitalistas e a difusão das tecnologias da informação e comunicação, tomando alguns estudos de caso para efetivar a análise territorial aqui pretendida.

2. GLOBALIZAÇÃO, ESTADO E MERCADO: NOVOS PAPÉIS E ESCALAS

A desestruturação do Estado do bem-estar social nos países avançados e do Estado desenvolvimentista no terceiro mundo são efeitos da reestruturação capitalista produto da crise do fordismo já apresentada. Passa-se a pregar por uma redução da atividade estatal, que através de soluções ortodoxas de feição neoliberal promove a *new governance* a que Novy (2002) se refere e que se efetiva no caso brasileiro. Há, assim, uma redução do espaço público estatal, ampliando-se a ação das empresas na área social e do espaço público não-estatal, ou seja, a ação cada vez mais intensa do terceiro setor na provisão de políticas públicas (BRESSER-PEREIRA & GRAU, 1999). O Estado passa a existir enquanto “Estado ampliado”, englobando essas iniciativas do terceiro setor, o que no fim das contas corresponde a uma terceirização dos serviços sociais. Na economia globalizada a terceirização é uma prática naturalizada, em face da busca por redução de custos e aumento da produtividade. Fica, assim, notável a semelhança que a administração pública passa a ter com relação à privada, pois os Estados neoliberais, praticantes da *new governance*, modelam parte de sua gestão assim como fazem as empresas, e indo além, construindo para estas um ambiente propício através da liberalização dos fluxos de capital

financeiro, flexibilização do câmbio, abertura comercial, privatizações e a própria terceirização das atividades estatais.

Em um movimento simultâneo e já colocado neste texto há a intensificação das relações local/global, que produz nos governos locais uma onda de flexibilizações através das estratégias urbano-competitivas, com a finalidade de atrair para o lugar os grandes capitais, acirrando, assim, a “guerra dos lugares” (FERNANDES, 2001). A escala local passa agora a codificar e controlar as práticas da vida cotidiana, contudo os fluxos que são atraídos se apresentam enquanto verticalidades, comandos externos ao lugar, priorizando-se a eficiência econômica ao invés do tratamento das desigualdades sociais e da pobreza (FERNANDES & CANO, 2005).

3. A GESTÃO DO TERRITÓRIO E A CONSTRUÇÃO DE UMA PSICOSFERA PARA O CAPITAL

Na tentativa de se minimizar os efeitos da crise as empresas dispersaram a produção no mundo à procura dos lugares atrativos de acordo com a demanda de mão-de-obra barata e benefícios fiscais, modificando a sua Integração Territorial Produtiva (ITP) que é de natureza especializada. À contrapartida a Integração Territorial Administrativa (ITA) se concentra cada vez mais na cidade global e sua hierarquia urbana subjacente, onde os fluxos de informação encontram seus pontos nodais (CORREA, 1991). Esta nova espacialização da grande corporação associada a esse empreendedorismo urbano em que os governos investem em infra-estrutura para a atração das empresas, submetendo os lugares às ordens externas das empresas, constrói uma relação assimétrica característica do acontecer hierárquico a que Santos (1998) faz referência.

A reprodução das desigualdades espaciais por parte das empresas pode ser compreendida à luz da gestão do território executada por estes atores, pois segundo Roberto Lobato Correa (1992) esta é “faceta condicionante e subordinada da gestão econômica, política e social, que na sociedade de classes implica a criação e manutenção de diferenças espaciais através das quais as diferenças econômicas e sociais se realizam, são legitimadas e se reproduzem. Trata-se da gestão das diferenças espaciais”.

A realidade assim apresentada nos dá uma amostra da funcionalidade das redes, em que pese os interesses corporativos de acionar pontos no território funcionais aos seus interesses. Esta ação se efetiva através de uma relação intermediada pelo valor de troca, e reproduz nos lugares a equivalência forçada, cujos produtos são referentes à assimetria, já que a “abundância postula a escassez e a igualdade postula a desigualdade” (RAFFESTIN,

1993). Desse ponto de vista relacional a empresa é vista com uma organização numa sociedade de organizações, mas como já explicitado no nosso trabalho que a grande firma multinacional é o ator que agrega maior força na atualidade é o seu projeto que encontra maior difusão e maior resistência. Para entender melhor a perspectiva de ação empresarial Stourdzé nos ajuda na compreensão do funcionamento de uma organização.

“As organizações codificam, quadriculam, centralizam. Essa apropriação pela organização da existência sob todas as suas formas não é realizada sem destruição, desintegração. A organização só se implanta quebrando as resistências que freiam sua expansão” (STOURDZÉ apud RAFFETIN, 1993, pp.40).

Apreendendo a destruição e desintegração que Stourdzé apresenta como partes do processo de apropriação das organizações, refletimos sobre a consonância dessas com a gestão do território, enquanto gestão das diferenças espaciais e, dessa forma, nos questionamos se poderíamos assim supor a Responsabilidade Social enquanto ferramenta inovadora da gestão do território pelas empresas. Detomasi (2007) tentou compreender essa nova faceta empresarial a partir do cenário político mundial, no qual atores diversos (Estado, empresas multinacionais, organismos multilaterais e sociedade civil) levam adiante o jogo político segundo certos elementos necessários, tais como legitimidade, *accountability*, capacidade técnica e *enforcement* (poder de persuasão). À grande corporação faltaria aí a legitimidade, sua ação no território extremamente seletiva e produtora de desigualdades contrapõe à justiça social e cidadania, através da política, a racionalidade econômica. Contudo, o autor esclarece que os diversos atores no sistema mundo não são capazes de proverem sozinhos todos esses elementos, sendo assim, é a grande corporação que mais agrega força e poder atualmente. Esses elementos permeiam as diversas escalas de poder, desde o global até o local, sendo o poder exercido de modo articulado entre as organizações sociais, as empresas, os organismos multilaterais e os governos. Constrói-se assim a política das empresas, estreitamente associada aos organismos multilaterais, tanto na efetivação dos interesses corporativos nas cidades, quanto na construção da psicosfera necessária³.

³ Na perspectiva das instituições multilaterais, grandes corporações e seus aliados locais, tais estratégias criam um ambiente de qualidade de vida e propicia governos eficientes que elevariam a competitividade e a capacidade da cidade de contrair empréstimos diretamente aos bancos internacionais, conferindo à escala local certa autonomia frente ao governo nacional. Exemplos destas políticas são encontrados no portfólio do Banco Mundial, cujas dimensões refletem a lógica predominante: *livability* (qualidade de vida e desenvolvimento humano), *competitiveness* (boas práticas de gestão governamental) e *bankability* (capacidade de levantar recursos financeiros) (WORLD BANK, 2000).

A construção das ideologias, a elaboração de signos e crenças (psicosfera) que corroborem a atividade das empresas se faz essência nesse período, é o elemento da persuasão (*enforcement*) em que o marketing se faz ferramenta mister, usufruindo o manejo das tecnologias da informação e comunicação como ferramenta competitiva, enquanto construção desta psicosfera. Seria, portanto, a responsabilidade social elemento dessa psicosfera empresarial? A construção da empresa socialmente responsável é sem dúvida instrumento de competitividade, e para isto a empresa se apropria do ideário de cidadania, de sustentabilidade, da superação do conflito capital/trabalho, reproduzindo-se em campos mais específicos, tais como saúde, segurança, educação e tecnologias (inclusão digital). É difundido, sobremaneira, que a empresa tem capacidade de suprir a lacuna deixada pela crise do Estado da era fordista-keynesiano, e para isto a responsabilidade social serve de álibi, agregando todos os elementos favoráveis para conquistar sua legitimidade, reproduzindo a informação e o dinheiro como as tiranias do mundo globalizado (SANTOS, 2000).

4. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: PERSPECTIVAS E TERRITORIALIDADE

A ação social dos homens de negócios não é algo tão recente, desde o começo do século XX ações filantrópicas com a influência das ideias de caridade e custódia do pensamento cristão já faziam parte das atividades do empresariado no Brasil e no mundo (PEREIRA, 2007). No Brasil a RSE foi acompanhando a urbanização e o processo de industrialização. Vilas operárias eram comuns nos parques industriais, desde São Paulo até capitais do Nordeste como Recife, onde a prática política do empresariado tinha um cunho expressamente paternalista com vistas de controlar a mão-de-obra e maquiar o conflito capital/trabalho. O desenvolvimento dessa atividade ganhou fôlego e se institucionalizou no último quarto do século diante de todo o ambiente já discutido da globalização. Foi também neste momento mais recente que a questão ambiental foi adicionada, constituindo o tripé da ação social das empresas (responsabilidades econômica, social e ambiental). Além disso, diversas denominações foram produzidas durante todo esse período, tais como filantropia corporativa e investimento social privado no Brasil e *social issue management*, *public policy and business*, *stakeholder management* na Europa e Estados Unidos, até as terminologias mais contemporâneas e mundialmente difundidas de responsabilidade social empresarial, e mais recentemente, cidadania corporativa e sustentabilidade corporativa (GARRIGA & MELÉ, 2004).

A diversidade de denominações para este fenômeno é acompanhada por abordagens diferentes do tema, segundo as supostas intenções e interesses das empresas ao elaborar

essa prática. Swanson (*apud* CORNELIUS et al., 2008) apresenta três abordagens da RSE: *utilitarian; negative duty approach; positive duty approach*. A primeira noção tem a RSE enquanto performance social para atingir lucratividade, ou seja, um investimento. Já a segunda noção tem a RSE enquanto resposta das empresas às pressões sociais, diferenciando-se da última abordagem por esta se apresentar como um interesse próprio do empresariado, sem responder a fins econômicos ou pressões externas.

Outra contribuição dada neste sentido é a de Garriga & Melé (2004), que numa vasta revisão bibliográfica apresentou quatro abordagens: instrumental, política, integrativa e ética. A primeira corresponderia à utilitarista de Swanson, em que a RSE é nada mais que um instrumento para o lucro. A abordagem política remete à noção de empresa-cidadã, na qual a empresa tem que usar o poder possuído por si responsavelmente, e ganha importância à medida que a RSE passa a ser compreendida enquanto cidadania corporativa. O domínio da “integração” entre firma e sociedade se dirige a uma responsabilidade pública, transferindo as políticas públicas do âmbito governamental para as empresas. Já a perspectiva ética compreende uma iniciativa empresarial em que a construção de valores éticos responda aos reclames dos direitos humanos e da questão ambiental. Visto dessa forma compartimentada pode-se ter a impressão que cada empresa escolha uma abordagem a seguir, o que é ilusório, todas essas noções da RSE estão integradas, pois o discurso se faz ético para a construção de uma política das empresas que favoreça no fim a performance econômica.

A visualização dessas abordagens da responsabilidade social se faz necessária para o entendimento de sua atuação no território, pois se a empresa se propõe a fazer política, esta vai ter uma lógica espacial diferenciada do Estado, ou seja, a RSE enquanto ferramenta da gestão do território produz uma territorialidade diferente. A primeiro momento o vínculo com o urbano fica claro, as primeiras ações já se concentravam nas cidades, ou mesmo às fundavam (como no caso das cidades-empresa). Evelyn Pereira (2007) alerta, por causa disso, a concentração das ações de RSE exatamente naqueles pontos do território que já agregam maior infra-estrutura, sinal da seletividade enquanto prática espacial das empresas não só na suas atividades econômicas, mas também sociais. Contudo, é fato empírico ações de RSE na zona rural ou mesmo em pequenas cidades, o que faz ficar claro a RSE organizada segundo a integração territorial produtiva das empresas. Ainda assim, são os serviços da alta hierarquia urbana (marketing, consultorias, pesquisa e desenvolvimento) e sua função de comando da economia mundial, que vão delinear a integração territorial administrativa, representada pela cidade-mundial, como lugar da elaboração da RSE e das determinações para o funcionamento em cada lugar. Dessa forma, por mais que a ação social das empresas não se limite ao ambiente urbano, fica a este subordinada, reproduzindo o acontecer hierárquico aos lugares.

Essa territorialidade da responsabilidade social das empresas foi mais bem estudada por Evelyn Pereira (2007), resultando na elaboração de uma tipologia específica. Segundo a autora a RSE se efetivaria em ações concentradas, ações pontuais e ações dispersas, se diferenciando, cada uma, segundo um grau diferenciado de imersão territorial, de relações com o lugar e respeito às suas particularidades. A ação concentrada é a que se dá no espaço mais próximo da empresa, a comunidade que a cerca e que com ela interage, configurando-se enquanto a ação produtora de um maior grau de horizontalidades. Por este alto grau de imersão territorial e relações já estabelecidas com o lugar, a ação concentrada corresponde à grande maioria das pequenas e médias empresas que praticam responsabilidade social, não sendo, ao contrário, prática característica das grandes firmas, apesar das pequenas e médias muitas vezes reproduzirem os interesses das grandes. A ação pontual se remete aos pontos da rede territorial de uma empresa em que esta pratica RSE, estando as ações em cada lugar guiadas pelo programa central da empresa, ou seja, às normas do comando externo. Por fim as ações dispersas são aquelas que fogem à rede territorial da produção, se distribuindo de maneira dispersa no território, constituindo-se enquanto a forma mais seletiva e hierárquica da RSE. A desconsideração das relações locais pelas ações dispersas promove uma identificação da empresa com o tema abordado no programa de RSE ao invés de com o lugar, segundo as considerações de Post (*apud* CHAUDHRI, 2006) ao se referir da ação elaborada e implementada a nível global pelas empresas, e que aqui correlacionamos à tipologia elaborada por Evelyn Pereira.

A responsabilidade social empresarial, assim distribuída no território, produz uma nova territorialidade, que é produto e condição da gestão do território praticada pelas empresas. A relativa anarquia no cenário político mundial e que cria o ambiente propício para a atividade intensa das empresas sobre o território (DETOMASI, 2007) só o é assim à medida que as normas públicas vão sendo flexibilizadas, pois cada vez mais são as normas privadas que regem a gestão do território. A substituição das normas públicas e o discurso de redução da atividade estatal são, então, ações difusoras dessa prática territorial seletiva e de comando centralizado.

5. A EXCLUSÃO DIGITAL E A PRÁTICA SOCIAL DAS EMPRESAS NA SOCIEDADE INFORMACIONAL

5.1 A Informação Instrumentalizada: A Construção da Sociedade Informacional?

O último quarto do século XX foi também cenário de uma revolução tecnológica, tomada como informacional, a qual influenciou substancialmente os processos de transformação social (CASTELLS, 1999). Tais processos de transformação e o novo sistema técnico produziram aquilo que Santos (1996) chama de meio técnico-científico-informacional, produto da evolução técnica na busca da coerência interna entre os

elementos materiais e imateriais (informacionais) do sistema técnico atual. As tecnologias informacionais abrangem a microeletrônica, a computação, telecomunicações, optoeletrônica e engenharia genética, e se define na “aplicação de conhecimento e informação para gerar conhecimento e dispositivos de processamento/comunicação da informação, conduzindo a um ciclo de inovação em seu uso” (CASTELLS, 1999). Encontrou, assim, uma rápida aceitação nos pontos de maior densidade e divisão do trabalho, difundindo-se rapidamente em todo mundo de acordo com o comando desses lugares “luminosos”.

Apresenta-se segundo duas dimensões, a artificialidade, que garante sua eficiência, e a racionalidade, que construída a partir da eficiência da artificialidade alimenta a estandardização e a produção de normas, e como já visto, cada vez mais normas privadas utilizadas na gestão do território e na construção da psicosfera empresarial (ELLUL *apud* SANTOS, 1996: pp 182). Isto, pois, a informação, em seu acesso e controle, aliada à sua análise instantânea, torna-se essencial à coordenação centralizada (nos pontos de densidade e alta divisão do trabalho – cidades mundiais) dos interesses corporativos descentralizados (HARVEY, 1989, pp.151), tornando assim a informação segredo e poder.

O controle não só dos fluxos de informação, mas também dos veículos de comunicação se fazem essenciais para a gestão do território pelas empresas, pois se configuram como armas competitivas no mercado financeiro e de serviços altamente especializados. Harvey (1989), nesta perspectiva alerta para a grande concentração do poder econômico nas editoras de livros, na mídia e na imprensa, havendo aí uma relação com o poder de outras grandes corporações, explicitada no controle destes sobre os mecanismos de distribuição e suas grandes despesas de publicidade. De fato, a publicidade passa a assumir grande parte dos orçamentos corporativos, garantindo ganhos na imagem da empresa a partir da publicização de patrocínio corporativo às artes, universidades e projetos filantrópicos, ou seja, responsabilidade social empresarial (HARVEY, 1989, pp.152).

A flexibilidade se faz, assim, domínio permanente das ações nesse espaço de fluxos, onde a estrutura organizacional das atividades sociais se dá articulada em redes. São redes de empresas, destas com governos e ONG's, redes no território, redes de todo o tipo, que estruturam um sistema altamente integrado, em que há uma solidariedade das técnicas, integração funcional (CASTELLS, 1999; SANTOS, 1996). Essa articulação em rede propicia o estabelecimento do acontecer hierárquico, compelindo o lugar com verticalidade que representam a parcela política da produção, ou seja, o comando.

Com a valorização da informação e do controle dos seus fluxos, já que esta se torna ela mesma matéria-prima e mercadoria, as bases da psicosfera corporativa são implementadas com a racionalidade matemática e o pensamento calculante, transformando a semântica do termo comunicar da noção de partilhar para transmitir (FERREIRA & CORREIO, 2009; SANTOS, 1996). Produz-se uma automatização da forma, convertendo-a num saber técnico e matemático que escamoteia o sentido da mensagem pela noção de eficiência e velocidade, caracterizando a “esquizofrenia estrutural entre a função e o significado” (CASTELLS, 1999: pp. 41). O resultado desse processo não poderia ser outra coisa senão o cancelamento técnico da política, a dissimulação da política, a própria decretação da “morte da política”, a que Milton Santos se refere ao tratar da ação social das empresas e sua forma seletiva no tempo e no espaço, sendo avessa à visão holística que a prática política demanda (SANTOS, 2000, p.67).

Necessita-se, então, de uma problematização do processo de concepção do sentido pelo receptor, segundo o seu conjunto específico de interesses, dotando-o de empoderamento no uso das tecnologias da informação e comunicação de acordo com seu repertório cultural, quebrando os limites do consumo de massa, representante do “monopólio da fala” (FERREIRA & CORREIO, 2009). Só assim é que poderá haver uma “democratização digital”, à medida que as populações de baixo se utilizarem das ferramentas técnicas do novo período para construírem sua própria história a partir de sua própria visão.

5.2 A Inclusão Digital e a Exclusão Social: Elementos para a Responsabilidade Social Empresarial na Gestão do Território

Qual seria, então, a perspectiva das ações de inclusão digital praticada pelas empresas? Haveria uma difusão da comunicação quanto “partilhar” ou “transmitir”? São perguntas que norteiam a análise da exclusão digital, fenômeno produzido pela introdução dessas novas tecnologias, produtoras de desigualdade pelo fato de serem primeiramente apropriadas pelas classes mais altas. O movimento contraditório da introdução das novas tecnologias e a ampliação, ao mesmo momento, de empregos sofisticados e informais (CASTELLS, 1999; HARVEY, 1989; FERNANDES, 2001) à medida que o mercado passou a exigir cada vez mais uma maior qualificação, acentuou as desigualdades sociais.

Uma primeira característica das políticas públicas voltadas para o tema é a constante polarização, pondo em relevância uma divisão binária entre o ter e o não ter, uma redução de toda a questão ao acesso. Dá-se, assim, muita importância à disponibilidade física de

computadores e conectividade, em detrimento do “conteúdo, língua, educação, letramento, ou recursos comunitários e sociais” (WARSCHAUER *apud* FERREIRA & CORREIO, 2009). Voltamos mais uma vez ao cancelamento técnico da política, principalmente se as ações são elaboradas segundo interesses privados de ampliação de mercado, cujo principal meio de efetivação é a ampliação do acesso. A prática política toma um sentido meramente distributivo, de transferência do aparato técnico que propicia o acesso, sem, contudo, atingir as necessidades básicas para o uso adequado das novas tecnologias, tais como educação, escolarização e saúde, trazendo para a discussão o papel a ser exercido pelo Estado para se atingir esses bens sociais e culturais.

Da mesma forma que em outros temas a RSE na inclusão digital agrega um discurso e uma prática nem sempre condizentes, pois na “era da informação” o discurso é que ganha entonação, elaborando o portfólio competitivo que fortalece a gestão do território. O próprio Instituto Ethos⁴, no seu documento referente à inclusão digital, trata esta ação no viés de emponderamento, indo além do simples acesso ao dizer que “a inclusão digital deve favorecer a apropriação da tecnologia de forma consciente, que tome o indivíduo capaz de decidir quando, como e para quê utilizá-la”. Ainda na introdução do documento fica explícito o caráter instrumental da RSE nesta área ao se acentuar que “as empresas tem muito a ganhar, não apenas porque a inclusão digital resulta num uso mais eficiente de recursos tecnológicos. Há ganhos em gestão de conhecimento, qualificação de mão-de-obra, aumento da auto-estima de funcionários e até mesmo fortalecimento da marca” (CRUZ, 2004).

Esta perspectiva instrumental da RSE em inclusão digital se confirma nas ações de empresas da área de tecnologia da informação, tais como a Microsoft e HP (Hewlett Packard), que de forma declarada associam suas práticas sociais à ampliação de mercados e ao desenvolvimento econômico, e se influenciam nas ideias de Coimbatore Prahalad, autor que prega a visão da massa populacional pobre do mundo enquanto um grande mercado a ser conquistado. No caso da HP a inclusão digital é tomada enquanto uma estratégia global em colaboração com governos e as comunidades para realizar a força das tecnologias da informação e comunicação para estimular o crescimento econômico (CHAUDHRI, 2006). Já na Microsoft a iniciativa partiu do próprio dono da empresa, Bill Gates, influenciado diretamente pelas ideias de Prahalad, construindo, assim como a HP,

⁴ O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos caracterizada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). Apresenta como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

uma ação ligada ao seu “*core business*”, ou seja, relacionada ao seu segmento de mercado, o que é característico da noção instrumental, em que a identidade não se dá diretamente entre a empresa e o lugar, mas sim, numa perspectiva global, uma identidade criada da empresa com um tema específico, neste caso a tecnologia da informação através da inclusão digital.

Esta noção instrumental influencia o modo de agir no território, pois como já tratado, está bem próximo das ações dispersas da tipologia que Evelyn Pereira (2007) nos propõe. Uma característica interessante da localização dessas ações é a convergência para países em desenvolvimento, onde se busca por uma mão-de-obra de novos talentos. O setor da HP responsável pela RSE já indica este interesse nas economias subdesenvolvidas, pois se chama “Emerging Market Solution” (EMS), localizando sua RSE em 53 países, sendo as experiências de maior êxito aquelas presentes na África do Sul e na Índia, país de grande potencial na área de TI (CHAUDHRI, 2006). A Microsoft, no que concerne à escolha dos lugares para a RSE, leva em consideração a potencialidade desses lugares como mercados, e o interesse dos mesmos através das iniciativas dos governos locais, mobilizando suas energias, da mesma forma que a HP, predominantemente nos países emergentes, desde o nordeste brasileiro até mesmo à área rural da China. Substancializa-se, sobremaneira, a ação dispersa nas empresas observadas, desenvolvendo-se códigos de conduta e crenças gerais, construtoras da psicosfera empresarial, e que Chaudhri (2006) chama de hipernormas, produzindo, assim, as normas privadas que agem sobre o território de maneira seletiva, adaptando a estas normas cada lugar aonde a ação social da empresa chega.

A articulação em rede não se dá só no território, mas também entre os atores que efetivam a prática da RSE, ainda mais num período que combina a tecnologia digital, a política neoliberal e os mercados globais (SANTOS, 1996). As redes criadas entre empresas e o terceiro setor criam o processo emulador da RSE, em que as responsabilidades entre os atores das redes se efetivam diferencialmente.

Um caso interessante é o do Porto Digital em Recife, um parque tecnológico de 106 empresas de porte variado (inclusive Samsung, Microsoft e Motorola) que se efetivou na cidade em face dos interesses do governo de atrair para a região a produção tecnológica, sinônima de desenvolvimento e progresso nos dias presentes, sendo o parque instalado no bairro do Recife Antigo, como parte do processo de revitalização daquele espaço central da cidade. A RSE passou a ser elaborada com a criação do Instituto Porto Digital, uma organização do terceiro setor que representa a atividade social do conjunto das empresas.

No sentido de se legitimar no lugar as ações se deram numa comunidade próxima (comunidade do Pilar) e no bairro de Peixinhos em Olinda, produzindo o que poderia ser compreendido como uma ação concentrada, de acordo com as relações estabelecidas no lugar. Contudo, são grandes empresas participantes por trás dessas atividades e que adequam à RSE do Porto Digital seus interesses particulares. Por outro lado, há o estímulo estatal e o financiamento do Banco Mundial⁵, tudo em vistas de capacitar jovens das comunidades pobres no uso das tecnologias informacionais.

A questão que fica é em que perspectivas todas essas articulações foram trabalhadas? Ferreira & Correio (2009) produzem uma crítica no sentido de haver aí uma inclusão, mas não uma verdadeira democratização digital, pois o projeto, visando a capacitação de jovens para o mercado de trabalho e a produção de mão-de-obra para as empresas participantes, deixava muito a desejar no que tange ao empoderamento e intensificação das relações horizontais nessas comunidades. O que se poderia dizer das ações da Microsoft de ampliação do acesso e de qualificação da mão-de-obra com 20 projetos em Pernambuco e no Brasil? A articulação fica assim evidente, como no caso da própria Microsoft, que está presente no interior de Pernambuco devido à orientação estatal, articulando-se com cerca de 300 ONG's em todo o Brasil, chamando-se aos estudos geográficos a análise dos efeitos dessas ações no território.

6. CONCLUSÃO

A RSE fica, dessa forma clara, enquanto uma articulação não só das empresas, mas destas com o Estado e o terceiro setor, produzindo efeitos de certa forma onerosos ao território, pois se configura como uma gestão territorialmente seletiva, através de um discurso muitas vezes dissimulado. A inclusão digital, nesta lógica, torna-se instrumentalizada, assim como a responsabilidade social em si, auferindo mais energia ao motor da globalização que é a mais-valia. Constata-se tal espaço como trunfo do poder nos dizeres de Raffestin (1993), o que se refere à necessidade de permanência de tal realidade espacial desigual reproduzida pela gestão territorial das empresas, em que pese a ineficácia da RSE enquanto política em sua prática holística para a produção de uma cidadania de fato.

⁵ Os organismos multilaterais são grandes estimuladores da RSE. O Banco Mundial, que no ano de 2003 publicou o documento *Public Policy for Corporate Social Responsibility*, tratando de sugestões a governos para a elaboração de políticas que estimulem e ampliem a difusão da RSE é um exemplo sempre presente nesta atividade.

Questionamos o papel do Estado e sua relevância na produção de uma política que realmente promova a cidadania e a equidade. Contudo, estes assumiram a mesma psicosfera empresarial, pois fato empírico é a inserção nas pautas governamentais e nas leis aprovadas nas diversas escalas legislativas o discurso do desenvolvimento sustentável e da educação, sem haver no mais das vezes uma prática correspondente. Ao Estado está reservado o estímulo à terceirização dos seus próprios serviços, aderindo pacificamente à *new governance* (NOVY, 2002). Ainda assim, o Estado não está morto, como reclama Santos (2000), esta idéia, juntamente com a do pensamento único e da aldeia global não passam de fabulações construídas, contudo há a necessidade do fortalecimento da atividade estatal na economia financeira e na promoção de políticas públicas, escamoteando as lógicas privadas, seletivas e fragmentadas.

Com este trabalho, não se intenciona, contudo, “demonizar” a RSE, mas alertar para o perigo de se encantar por um discurso que dá suporte a uma estrutura em escala global excludente (psicosfera e gestão do território pelas empresas). A inclusão digital nesse sentido não pode ser tomada para os fins lucrativos, ao contrário, tem-se que caminhar na promoção de formas de comunicação emancipadoras, em que o comunicar se fortaleça no sentido de compartilhar, produzindo o que seria uma outra globalização. Para isto, não só a políticas públicas de fato são suficientes, deve-se também fortalecer os movimentos sociais, tão fragmentados no momento atual, para que assim os desejos da sociedade se façam presentes na efetivação da política, construindo um acontecer orgânico e solidário.

7. REFERÊNCIAS

BRESSER, L.C.; GRAU, N.C. 1999. Entre o Estado e o Mercado: O Públíco Não-Estatal In: BRESSER-PEREIRA, L.C.; CUNILLGRAU, N. (Orgs.). **O Públíco Não-Estatal na Reforma do Estado**. Rio de Janeiro:Editora FGV. pp. 15-48.

CASTELLS, M. 1999. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra.

CHAUDHRI, V.A. 2006. ‘Organising Global CSR’. **Journal of Corporate Citizenship**, v. 23, p. 39-51.

CORNELIUS, N.; TODRES, M.; JANJUHA-JIVRAJ, S.; WOODS, A.; WALLACE, J. 2008. Corporate Social Responsibility and Social Enterprise. **Journal of Business Ethics**, v. 81, p. 355–370.

CORREA, R.L. 1991. Corporação e Espaço – Uma nota. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro. v. 53, n. 1, p. 137-145.

_____ 1992. Corporação, práticas espaciais e gestão do território. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro. v. 54, n. 3, p. 115-121.

CRUZ, R. 2004. **O que as empresas podem fazer pela inclusão digital?** São Paulo: Instituto Ethos.

DETOMASI, D.A. 2007. The Multinational Corporation and Global Governance: Modelling Global Public Policy Networks. **Journal of Business Ethics**, v. 71, p. 321-334.

FERREIRA, J.; CORREIO, M.E.M.R. 2009. Entre a Inclusão e a Democracia Digital: a atuação do Estado e do terceiro setor em comunidades pobres da Região Metropolitana do Recife. **Liinc em Revista**. v. 5, n. 1, p. 100-116.

FERNANDES, A.C. 2001. Da reestruturação corporativa à competição entre cidades: lições urbanas sobre os ajustes de interesses globais e locais no capitalismo contemporâneo. **Espaço e Debates**, v. 41, p. 26-45.

FERNANDES, A.C.; LIMA, J.P.R. 2007. Cluster de serviços: contribuições conceituais a partir de evidências do pólo médico do Recife. **Nova Economia**, v. 16, n. 1, p. 11-47.

FERNANDES, A.C.; CANO, W. 2005. O movimento do pêndulo: justiça social e escalas espaciais no capitalismo contemporâneo. In: DINIZ, C.C.; LEMOS, M.B. **Economia e Território**. Ed. UFMG, pp. 253-286.

GARRIGA, E.; MELÉ, D. 2004. **Corporate social responsibility theories: Mapping the territory**, v. 53, n. 1-2, p. 51.

HARVEY, D. 1989. **A Condição Pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola.

MATTOS, F.A.M.; SANTOS, B.D.D.R. 2009. Sociedade da informação e inclusão digital: uma análise crítica. **Liinc em Revista**, v. 5, n. 1, p. 117-132.

MICROSOFT BRASIL. 2008. Responsabilidade Social Corporativa. **Relatório**.

NOVY, A. 2002. **A des-ordem da periferia**. São Paulo: Vozes.

PEREIRA, E.A.A. 2007. A empresa e o lugar na globalização: A “Responsabilidade Social Empresarial” no território brasileiro. **Dissertação** de mestrado do departamento de Geografia da Universidade de São Paulo. 194p.

POST, J.; FREDERICK, W.C.; LAWRENCE, A.T.; WEBER, J. 1996. **Business and Society: corporate strategy, public policy, ethics**. New York: McGraw-Hill.

RAFFESTIN, C. 1993. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ed. Ática.

SANTOS, M. 1998. **O retorno do território**. In: SANTOS, M. *et. al.* (Orgs) Território: globalização e fragmentação. São Paulo: Hucitec.

SANTOS, M. 2000. **Por uma outra globalização**. Rio Janeiro e São Paulo: Record.

SANTOS, M. 2002. **A Natureza do Espaço: técnica e tempo. Razão e emoção**. São Paulo, Edusp.

WORLD BANK. 2000. **World Bank and Urban and Local Government Strategy**. The World Bank Infrastructure Group Urban Development. Washington, D.C.

_____ 2003. **Public Policy for Corporate Social Responsibility**. World Bank Institute. July, pp. 7-25.