

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NO SETOR
SUCROALCOOLEIRO: UM ESTUDO SOBRE PERCEPÇÕES DAS
EXTERNALIDADES JUNTO AO PÚBLICO EXTERNO**

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE SUGAR AND ETHANOL SECTOR:
A STUDY ABOUT THE PERCEPTION FROM BENEFICIARIES OUTSIDE THE
ORGANIZATION***

Ivelise Bragato Rasera (ESALQ-USP) *irbragat@usp.br*
Dalila Alves Corrêa (UNIMEP) *dacorrea@unimep.br*
Maria Rita dos Santos (UNIMEP) *ritadossantos@hotmail.com*
Yeda Cirera Oswaldo (UNIMEP) *yoswaldo@unimep.br*

Endereço Eletrônico deste artigo: <http://www.raunimep.com.br/ojs/index.php/regen/editor/submissionReview/524>

Resumo

A relação entre o oferecimento de ações sociais e os seus impactos na percepção dos beneficiários é o tema desta pesquisa, tomando-se como objeto de estudo os projetos de responsabilidade social oferecidos por duas usinas paulistas de açúcar e álcool. As questões que este estudo coloca são: qual é a percepção que o público externo constrói sobre as externalidades negativas produzidas pela atividade canavieira e as práticas de ações sociais das usinas? e Como essa percepção corrobora para a formação da imagem organizacional pelo público externo? O objetivo do estudo se constitui em analisar as percepções que os indivíduos, pertencentes à uma comunidade beneficiada elaboram sobre as ações sociais oferecidas por usinas de açúcar e álcool. Para atender esta perspectiva realizou-se um estudo exploratório seguido de uma pesquisa descritiva. Utilizou-se, num primeiro momento, dados primários e secundários para apoiar o delineamento dos procedimentos metodológicos desta proposta. Esses foram extraídos do relatório intitulado “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, da Unica, de 2004. Na sequência, a pesquisa descritiva foi desenvolvida junto a um grupo de indivíduos de uma comunidade que recebe as ações sociais desenvolvidas pelas usinas. Esta fase foi realizada através de entrevistas presenciais e inserção no ambiente do fenômeno observado. Trata-se de uma amostra não-probabilística por acessibilidade, com a realização de entrevistas semi-estruturadas. Pode-se observar a existência de percepções dicotômicas entre os benefícios decorrentes das ações sociais que são oferecidas pelas usinas e os impactos das externalidades negativas decorrentes de suas atividades produtivas. Observou-se também que este fenômeno gera impactos na imagem organizacional das duas organizações.

Palavras-chave: Responsabilidade Social, Setor Sucroalcooleiro, Imagem Organizacional.

Abstract

The relation between the offering of social actions and the impacts on the perception from beneficiaries outside the organization compose the theme of this research, taking as a study case the sugarcane mills in São Paulo state. The questions this study poses are: (1) what is the perception that the external public builds about the negatives externalities produced by the sugarcane activity and the practices of social activities of the sugarcane mills? How this perception contributes to the formation of an organizational image from the people from the community? The aim of this study is analyze the perception of people from the community about social actions offered by the sugarcane mills. In order to answer such question, it was developed an exploratory study, and, at second, a descriptive research. It was used, at first, primary and secondary data to support the delineating of the methodological procedures of this proposal. These was obtained from a report under the title of “Sugar and ethanol: social

responsibility in a case of sustainable development”, publish by Unica in 2004. Later, a descriptive study was conducted with people from the community and that are benefited by the social actions developed by the sugarcane mills. This fase was realized through of use of presencial interviews and insertion in the environment of external public. It can observe the existence of dichotomy perceptions between the benefits resultants of social actions and the impacts of negative externalities of sugarcane activity. Also, this phenomenon result impacts in the organizational image of both companies.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sugar and Ethanol Sector, Organizationl Image.

Artigo recebido em: 29/11/2011

Artigo aprovado em: 20/11/2012

1 Introdução

A relação entre o desenvolvimento de ações sociais pelas usinas de açúcar e álcool do Estado de São Paulo e os impactos percebidos pela comunidade (neste estudo, denominada de público externo) frente às externalidades produzidas pelas unidades produtoras é o tema desta pesquisa, tomando como objeto de estudo o setor sucroalcooleiro brasileiro.

A lógica econômica predominante do século XX foi caracterizada pela introdução de novas tecnologias, a qual pode resultar em desemprego a partir da utilização de práticas de redução nos postos de trabalho; pela ênfase no mercado internacional em oposição ao doméstico; pelas reorganizações nas empresas com a finalidade de ampliar a produtividade e não a produção (CEVOLI, 1999).

Tal perspectiva produziu no contexto social uma série de ameaças em relação ao futuro e problemas socioeconômicos que carecem de medidas urgentes, pois os principais focos de degradação estão na dimensão ambiental e social.

A busca de solução para tal fato tem sido procurada no plano técnico, no âmbito de alternativas tecnológicas que contribuam para a reversão do quadro de deterioração e também da postura gerencial, principalmente no que diz respeito à construção de uma nova imagem no campo empresarial, que poderia se constituir em uma racionalidade orientada em valores mais equilibrados na sua relação com a sociedade a longo prazo (ANDRADE, TACHIZAWA e CARVALHO, 2002).

A esse respeito, Melo Neto e Froes (2001, p.4-6) comentam que a modificação dessa racionalidade implicaria na mudança da racionalidade empresarial. Assim, a saída encontrada foi a criação de uma nova lógica e uma racionalidade social. Ela surge não para substituir a lógica econômica globalizante, mas para atenuar seus efeitos e diminuir seus riscos sistêmicos.

Nesse sentido, o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) surge na tentativa de reduzir os impactos que as organizações produzem sobre a sociedade (DRUCKER, 1999). Diferentemente de Friedman (1970), o autor destaca que ainda que o desempenho econômico seja uma função primordial da empresa, ele não é considerado único. Tanto para Melo Neto e Froes (1999, p.81) quanto para Drucker (1999), as organizações são responsáveis pelos impactos que produzem na sociedade. Toda ação organizacional, em alguma medida, resulta em externalidades positivas e/ou negativas no meio social, uma vez que os recursos naturais, os capitais financeiros e tecnológicos, a capacidade de trabalho e a organização do Estado são produzidos e mantidos pela natureza e pela sociedade. Assim, a organização tem por obrigação “no mínimo prestar-lhe contas da eficiência com que usa todos esses recursos”.

Diferentemente de Drucker (1999), esses autores distinguem a materialização da responsabilidade. Consideram que a eficiência na utilização dos recursos, o desempenho econômico e o tratamento dos impactos sociais não são capazes de reconstituir o todo social. Por isso, Melo Neto e Froes (1999) defendem a idéia de que a organização é responsável por contribuir com a manutenção de uma sociedade saudável por meio de um mecanismo que caracterizam como “compensação das perdas da sociedade”.

O raciocínio lógico é simples: se a empresa obtém recursos da sociedade, logo, é seu dever restituí-los não apenas sob a forma de produtos e serviços vendidos, mas, principalmente, através de ações voltadas para a solução de problemas sociais que afligem esta sociedade.

No caso das usinas de açúcar e álcool, Rui (2004) comenta que a temática RSC foi introduzida como uma ação filantrópica num primeiro momento, quando o “usineiro” exercia poderes decisórios na vida da comunidade. Com a formação de negócios familiares através da administração de fazendas de cana, as empresas rurais passaram a ser as principais responsáveis pelos fatores sociais e culturais da região onde estavam localizadas, principalmente nas pequenas cidades. Surgia, então, o auxílio na construção de igrejas, a construção de praças públicas, criação e manutenção de times de futebol, festas juninas e natalinas nas fazendas e a gratificação espontânea de Natal.

O autor complementa que, na década de 60, o Estado interferiu nas políticas social e filantrópica dos empresários do setor sucroalcooleiro e promulgou a lei nº. 4.860 de 1965, obrigando a aplicação de 1% da produção de cana, 1% da produção e comercialização do açúcar e 2% da produção e venda do álcool em benefícios sociais para colaboradores e dependentes. Esse montante deveria ser investido em programas sociais que focavam a

higiene e a saúde, a complementação dos programas de educação profissional e de tipo médio gratuitas, o estímulo e financiamento a cooperativas de consumo, o financiamento de culturas de subsistência em áreas utilizadas por trabalhadores rurais, além de incentivar programas educativos, culturais e de recreação.

É nesse contexto de busca de compreensão sobre a relação entre as ações sociais desenvolvidas pelas usinas e seus impactos no público externo que se desenvolveu o presente estudo. Seu enfoque recaiu sobre as externalidades lançadas sobre as comunidades a partir dos processos produtivos e, teve como objetivo a análise das percepções das pessoas sobre o desenvolvimento de ações sociais oferecidas por usinas de açúcar e álcool.

2 Responsabilidade Social Corporativa

O papel dos negócios e o caminho percorrido pelos mesmos na sociedade experimentaram diferentes momentos ao longo da história. O surgimento do comércio na sociedade medieval inaugurou uma concepção de mercadoria que atribuía ao comerciante a imagem de explorador. Com a Revolução Industrial, em que o homem volta-se unicamente para a obtenção de lucros, a distância entre negócios e sociedade foi finalmente selada com um antagonismo irreduzível. Os impactos do mundo industrial nas dimensões social e ambiental obrigaram os atores sociais a repensar a avaliação dos nexos entre organização e sociedade. Nesse sentido, o conceito de RSC foi sendo construído em contextos históricos distintos. A discussão dessa prática é, portanto, uma tentativa de restabelecer uma tradição de dois mil anos atrás, quando os negócios já estavam intimamente relacionados à comunidade (PANWAR et al., 2006).

Segundo Chrisman e Carroll (1984), as organizações expandiram sua função social a partir de atividades filantrópicas, num primeiro diálogo, com a sociedade. Essa lógica não estava focada na reversão das externalidades negativas produzidas no ambiente pelas empresas, mas em ações compensatórias. As atividades desenvolvidas não representavam qualquer tentativa de mudança na concepção econômica, contudo uma compensação para alguma causa social.

A segunda fase da discussão de RSC, em meados da década de 60 e 70, representa, de acordo com os autores, uma mudança na função dos negócios na sociedade. A partir de pressões governamentais por meio de leis e regulamentações, os negócios deveriam considerar a dimensão social tal qual a econômica. As empresas preocupavam-se com as conseqüências sociais de suas atividades econômicas, tão bem quanto engajar nas causas

puramente sociais. No curto prazo, os efeitos negativos externos causados pelos negócios devem ser prevenidos ou melhorados.

Na última fase, os autores articulam a responsabilidade das organizações às conseqüências das atividades econômicas, revertendo os impactos produzidos pela atividade produtiva. Apenas engajamento social e doações não eram suficientes. Senge (2001) nomeia o processo de “modelo circular dos sistemas vivos”, ou seja, produzir, reciclar e regenerar. A idéia baseia-se em uma mudança de mentalidade organizacional orientada em incentivos a ações que não prejudicassem a trama social e ambiental e que, ao mesmo tempo, gerassem lucros.

Um modelo de compreensão do desenvolvimento do conceito de RSC também é proposto por Panwar et al. (2006). A primeira fase estaria relacionada à concepção de Friedman (1970), que considera que o desempenho financeiro positivo da organização é por si só um bem público, já que produz prosperidade. Para o autor, denominado de “Gerenciamento da Máxima Lucratividade”, que sugere a interação para a criação do máximo valor agregado para a Nação e o bem comum, através de direcionadores individuais para o lucro máximo e a regulação competitiva do mercado local.

Durante as décadas de 20 e 30, inicia-se a segunda fase. Substitui-se a lucratividade como função primordial de contribuição social e inclui-se a concepção de um equilíbrio entre as exigências que atuam em uma organização pelos clientes, empregados, credores, fornecedores, comunidades e acionistas. É o “Gerenciamento da Confiança”, alicerçada em um conceito de uma sociedade pluralista que defende a continuidade desse balanceamento como responsabilidade de cada um dos grupos da sociedade.

A terceira fase, que se refere ao “Gerenciamento da Qualidade de Vida”, critica os impactos socioambientais produzidos pelas organizações, entre eles a distribuição desigual de riqueza, a poluição da água e do ar, bem como a desconsideração das preocupações e do bem-estar dos consumidores e dos problemas de segurança. Nesse sentido, propõe-se às organizações responsabilidades além da dimensão econômica, pois elas também são responsáveis pela qualidade de vida da sociedade.

Concordando com essa última concepção, que é semelhante à fase 3 proposta por Chrisman e Carroll (1984), Sharma e Talwar (2005) sugerem que a busca do crescimento econômico não necessariamente produz progresso social. Para os autores, RSC é um conceito ético que envolve o bem-estar humano em sua dimensão mais ampla e está focada no abandono da visão exclusivista do lucro. As empresas precisam desenvolver novas medidas de desempenho que considerem a interconexão e interdependência entre a informação, o

social, o ambiental e o ético como dimensões retroalimentadoras do sucesso empresarial que não deve ser antagônico com uma sociedade sadia.

É nesse cenário que se faz necessária a distinção entre ação social e RSC. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea, 2006) conceitua ação social como aquela que “compreende o conjunto de atividades que vão desde doações pequenas e eventuais até programas e projetos estruturados [...] e que contribuam para melhorar as condições de vida de um grupo ou comunidade”. Cada uma dessas vertentes tem produzido formas próprias de gestão que correspondem a estruturas específicas de poder entre as organizações, os agentes e a comunidade.

Segundo Melo Neto e Froes (1999), as ações sociais podem ser múltiplas, combinando áreas de trabalho e emprego, cidadania, justiça, entre outras; ou únicas, contemplando apenas cada uma dessas áreas separadamente. Consideram ainda que podem ser desenvolvidas de duas formas diferentes: projetos sociais “são empreendimentos voltados para a busca de soluções de problemas sociais que afligem populações ou grupos sociais numerosos ou em situações de alto risco”; ou ações comunitárias que “correspondem à participação da empresa em programas e campanhas sociais realizadas pelo governo, entidades filantrópicas e comunidades ou por ambas” (MELO NETO e FROES, 2001, p.29).

O Instituto Ethos (2007) define RSC como:

forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2007, p.1).

O desenvolvimento de uma ação social, contudo, não pode ser considerado fator determinante para caracterizar a empresa como socialmente responsável.

3 Identidade e Imagem Organizacional

A identidade individual representa um ensaio para tentar explicar o conceito de si mesmo, o sentido da existência de um indivíduo, entendida como fruto de uma reflexão e observação psicológicas em relação a um sistema de significações, valores e ideologias. É um processo em edificação, conceituado pela ligação constante entre identidades assumidas (idéia de presente) e identidades visadas (idéia de futuro).

Construir a própria identidade é um desafio permanente no sentido de encontrar o equilíbrio entre aquilo que se é e o que os outros esperam que nós sejamos (WHETTEN, 1998).

Ao longo da vida do indivíduo e nas diferentes fases da existência, a identidade vai sendo construída e reconstruída, carregando em si um aspecto histórico-temporal. É uma constante busca por referências, protótipos e modelos até atingir um nível de composição entre interior e exterior (MACHADO, 2003). Por isso, a identidade é uma construção no tempo, não possuindo as características de estabilidade e permanência.

Numa perspectiva coletiva, a identidade social representa a concepção do indivíduo sobre si mesmo por pertencer a um grupo, sendo resultado do valor e da significação emocional deste pertencimento (WHETTEN, 1998). A auto-percepção de sentir-se membro do grupo representa as bases para a identificação social (HOGG e TERRY, 2000).

Segundo Albert e Whetten (2004), a Identidade Organizacional (IO) é a alma da organização. É a interiorização da empresa na mente dos indivíduos, construindo-se por critérios de centralidade, distintividade e continuidade temporal. O critério do caráter central está ligado às crenças, valores e normas da empresa, ou seja, a essência da organização. Já o critério do caráter distinto está relacionado à exclusividade da organização, isto é, suas peculiaridades e o que a torna distinta das demais organizações. O critério do caráter duradouro é o que garante a continuidade da organização para seus membros. Ou seja, a característica que a mantém e que desenvolve a ligação entre o presente e o passado e, possivelmente, o futuro.

A Imagem Organizacional (ImO) representa as impressões genéricas dos observadores interno e externo sobre a organização a partir de conjuntos de símbolos distintos formados por meio de estímulos da realidade. “Imagem é o que vem na mente quando se ouve o nome ou vê-se o logotipo de uma empresa em particular” (GRAY e BALMER, 1998, p.696). Ela deveria ser retratada enquanto uma construção das impressões públicas criadas para atrair o público. Esses aspectos, no entanto, consideram a imagem do ponto de vista interno da organização, ou seja, a percepção comunicada para o ambiente externo (BERNSTEIN, 1984).

Mas, qual a relação entre IO e ImO? A primeira está associada à visão interna da empresa e a segunda, à visão externa. A imagem está nitidamente relacionada à formação da IO. Por isso, qualquer deterioração da imagem pode constituir um risco à identidade. Tanto a identidade como a imagem sustentam somente heranças indiretas do passado; outros aspectos

da herança são fornecidos pelas orientações atuais e reconstruções do significado dos eventos do passado (GIOIA, SCHULTZ e CORLEY, 2000).

4 O Setor Sucroalcooleiro no Brasil

O setor sucroalcooleiro do Brasil é considerado evidente propulsor de desenvolvimento, com expressiva dimensão social e base de sustentação econômica no País. O Produto Interno Bruto (PIB) do agronegócio brasileiro da agricultura resultou em R\$ 639 bilhões em 2011, aumento de 3,53% em relação a 2010 (BARROS e SILVA, 2011).

De acordo com Souza e Macedo (2009), o setor sucroalcooleiro desembolsou perto de US\$ 10 bilhões em impostos, com uma movimentação financeira que atinge US\$ 86 bilhões, considerando as receitas de todos os segmentos desse setor. Números mais atualizados mostram que, em 2008, os impostos gerados sobre o faturamento (IPI, ICMS, PIS e Cofins) foi de cerca de US\$ 9,86 bilhões. Desse total, a venda de insumos agrícolas e industriais foi de US\$ 3 bilhões e os impostos agregados ao setor somam US\$ 6,86 bilhões.

O setor também contribuiu para as exportações brasileiras em 2012 (dados disponíveis até outubro), registrando aumento expressivo das vendas externas de açúcar e etanol em comparação ao ano anterior. O Brasil exportou 2,27 bilhões de litros de álcool, gerando uma receita de US\$ 1,68 bilhão entre janeiro e outubro deste ano. Para o açúcar, as vendas de cristal e refinado somaram 19 milhões de toneladas em 2012, o que representou US\$ 10,216 bilhões obtidos (SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR, 2012).

No aspecto trabalhista, o setor também tem grande peso na geração de empregos e de renda, na capacitação da mão-de-obra e flexibilidade no uso de diversas tecnologias. Apenas a atividade canavieira reúne 6% dos empregos agroindustriais brasileiros (AÇÚCAR..., 2004). Segundo Neves e Conejero (2010), o setor gera cerca de 4,5 milhões de empregos diretos e indiretos, com 14 mil fornecedores independentes. A Unica (União da Indústria da Cana-de-Açúcar) estima que, somente o Estado de São Paulo, participa com 400 mil empregos diretos, dos quais 95% dos trabalhadores paulistas possuem carteira assinada. Computando também os empregos indiretos, somam-se 1,2 milhão de empregos apenas no Estado (AÇÚCAR..., 2004).

Outro efeito positivo da atividade canavieira, comentado por Guedes, Gallo e Martins (2002) remete à diminuição dos fluxos migratórios para os municípios e o inchaço populacional urbano e seus aspectos desfavoráveis por causa da ocupação intensiva da força de trabalho.

O uso do etanol puro ou misturado à gasolina nos centros urbanos gera efeitos positivos na questão da qualidade do ar como a eliminação dos compostos de chumbo na gasolina; a redução nas emissões de monóxido de carbono na atmosfera; a eliminação de enxofre e material particulado; emissões menos tóxicas e fotoquimicamente reativas de compostos orgânicos entre outros.

Graças à atuação de diversas instituições de pesquisa, a cadeia agroindustrial da cana-de-açúcar tem desenvolvido processos e tecnologias cada vez mais eficientes e menos prejudiciais ao meio ambiente, seja na frente agrícola ou na indústria (NEVES e CONEJERO, 2010, p.207).

No tocante à qualidade do ar nas regiões canavieiras, têm-se demonstrado que, durante a queimada da cana-de-açúcar, a qualidade do ar é prejudicada nesses locais devido à liberação de gases poluentes como monóxido e dióxido de carbono e ozônio. Como consequência, aumentam as ocorrências de casos de doenças respiratórias em regiões produtoras de cana-de-açúcar (ROMANACH e CARON, 1999).

Ainda na dimensão ambiental, Ferraz (2000) atribui a contaminação do solo ao uso de adubos, fertilizantes, herbicidas, fungicidas e corretivos, que podem resultar no acúmulo de nutrientes, metais pesados e nitrogenados.

Outra questão diz respeito à sazonalidade dos postos de trabalho. Durante a entressafra, os bóias-frias ficam sem trabalho na cultura, forçando-os a procurar empregos em outras áreas. O autor ressalta que o cenário torna-se ainda mais drástico se levado em conta que a monocultura da cana e a concentração fundiária reduziram outras formas de ocupação produtiva nas áreas de influência dos canaviais (PAIXÃO, 2000).

5 Metodologia do Estudo

O estudo é de natureza qualitativa e, dentre as alternativas metodológicas fornecidas por esta abordagem, optou-se pela realização de um estudo exploratório seguido de uma pesquisa descritiva.

O estudo exploratório foi desenvolvido na fase inicial da pesquisa por meio de dados secundários e primários. Os dados secundários foram extraídos de diversos documentos e de trabalhos realizados na área do agronegócio brasileiro e através de sites. Entre os principais documentos consultados destaca-se o relatório “Açúcar e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável”, da Unica, publicado em 2004. A consulta a

esse material contribuiu para a construção de cenários amplos da pesquisa, além de ter propiciado o mapeamento das primeiras sondagens sobre o universo que envolve a questão da RSC no setor sucroalcooleiro do Brasil.

Ainda na fase exploratória do estudo (2007) foram entrevistados, de modo aleatório, dois profissionais de duas usinas do Estado de São Paulo, ambos com atuação no cargo de assistente social. Utilizou-se o recurso de entrevistas presenciais e contatos eletrônicos através de um roteiro com questões padronizadas, focando o mecanismo de gestão das ações sociais promovidas pelas usinas. As informações obtidas versaram sobre: profissional(is) responsável(is) pela decisão de escolha dos projetos sociais que a usina irá apoiar; critérios para definir quais projetos receberão apoio das usinas; objetivos dos projetos sociais; enfoque dos projetos sociais; origem da aplicação dos recursos destinados aos projetos sociais; periodicidade da aplicação dos recursos; profissionais responsáveis pela coordenação dos projetos junto à comunidade; procedimentos de avaliação dos impactos dos projetos sociais (retorno); e mecanismos de divulgação dos projetos sociais na mídia.

A partir do cenário construído na primeira fase, desenvolveu-se uma pesquisa descritiva junto aos indivíduos da comunidade diretamente beneficiados pelas ações sociais das usinas.

Com base em um universo de 97 usinas associadas à Unica, optou-se por focar as unidades produtoras do Estado de São Paulo, que somaram 93. Desse total, procurou-se identificar dentre essas, as que desenvolvem projetos sociais nas cinco áreas de atuação (educação, cultura, meio ambiente, esporte e saúde). Nesse critério, encaixaram-se 55 usinas. Dessas, 10 unidades produtoras desenvolvem ações sociais nas cinco áreas pretendidas.

A partir disso, aplicou-se o critério para a definição da amostra e, valendo-se dos mesmos procedimentos da amostragem intencional não-probabilística, inseriu-se o seguinte critério: usinas com estruturas organizacionais de gerenciamento das ações sociais classificadas nas categorias de Machado Filho (2002). Essa classificação diz respeito às atividades relacionadas à RSC e como estão estruturadas na gestão das empresas. A aplicação desse critério gerou o seguinte resultado:

- **Usinas que se enquadram na estrutura A:** aquelas que internalizam as atividades de ações sociais, ou seja, tais ações são operacionalizadas dentro da própria estrutura organizacional, mantendo-as dentro do seu organograma. Nessa modalidade, o estudo identificou oito usinas;

- **Usinas que se enquadram na estrutura B:** aquelas que desenvolvem ações sociais por meio de parcerias com outras organizações ou por intermédio de uma fundação, sem operacionalizar diretamente as atividades. Nessa tipologia, foram identificadas duas usinas;

- **Usinas que se enquadram na estrutura C:** aquelas que desenvolvem ações sociais por meio de parcerias com outras organizações, operacionalizando diretamente as atividades. Nenhuma usina atendeu a esse critério.

Entre as dez usinas (categorizadas nas estruturas A e B), procurou-se observar quais mantinham ações sociais para o público externo além do interno (colaboradores). As dez usinas atenderam a esse critério.

Valendo-se do critério acessibilidade às unidades produtoras, duas usinas foram identificadas para compor o estudo descritivo: uma localizada na região de Piracicaba/SP (aqui, denominada usina 14) e outra, na região de Jaú/SP (aqui, denominada usina 45).

O instrumento da coleta de dados foi a entrevista semi-estruturada. O roteiro da entrevista dirigida aos indivíduos da comunidade foi construído para explorar duas dimensões (Quadro 1).

Quadro 1 – Dimensões da entrevista

Dimensão 1	Dimensão 2
Refere às características sociais, culturais e demográficas dos respondentes, como: gênero, idade, nível de educação, ocupação e período em que a pessoa participa do projeto. O objetivo dessas informações foi caracterizar os sujeitos participantes	Trata as abordagens dos objetivos específicos do estudo. Nessa etapa, foram explorados os seguintes aspectos: <ul style="list-style-type: none">- percepção dos participantes sobre a identidade organizacional das usinas;- projeção da imagem organizacional das usinas junto aos participantes;- impactos dos projetos sociais na percepção da comunidade beneficiada.

Os dados obtidos a partir das entrevistas e registrados nos formulários da pesquisa receberam uma análise de conteúdo, cujo objetivo foi auxiliar na codificação, classificação, categorização e tratamento das respostas. De acordo com Bardin(1977) esta análise consiste num processo de compreensão da realidade a partir do uso da interpretação de textos ou discursos.

Os procedimentos adotados na fase da análise dos dados foram:

1º procedimento: transcrição das respostas gravadas na entrevista, seguindo a ordem que constam no roteiro, agrupando-as dentro de cada categoria;

2º procedimento: análise de conteúdo a partir da definição da revisão bibliográfica realizada sobre o tema, bem como dos objetivos da pesquisa. Além disso, foram

selecionadas partes da fala dos entrevistados a fim de analisar o conjunto das referências sobre RSC e suas ramificações.

6 Apresentação das Usinas Participantes do Estudo

A usina 14 é uma empresa nacional de capital aberto com unidades produtoras na região Centro-Sul do País e está presente no setor sucroalcooleiro desde a década de 30. Consolida-se com uma dos maiores produtores de açúcar e álcool do Brasil em termos de volume de produção e vendas. Essa usina emprega cerca de 37 mil funcionários.

A gestão dos projetos sociais está a cargo de uma fundação e enquadra-se no modelo de estrutura B classificada por Machado Filho (2002, p.100-101). A fundação da usina 14 apresenta uma linha de atuação definida para os projetos, com foco em crianças com idade entre 10 e 16 anos, na área de educação e semiprofissionalização. As ações sociais estão direcionadas ao público externo.

A usina 45 é uma empresa familiar de capital nacional localizada na região de Jaú/SP criada na década de 60, com produção de açúcar e álcool combustível e para outros fins, direcionados aos mercados nacional e internacional, dentro de exigentes padrões de qualidade. Além disso, também apresenta potencial a ser explorado para a co-geração de energia elétrica. Conta com cerca de 2200 funcionários de forma direta.

Quanto à gestão social, em alguns casos, as ações sociais que a comunidade apresenta à empresa, para obtenção de recursos, parcerias e apoio, passam por um processo de seleção de interesse da organização. Aqueles selecionados configuraram-se na estrutura organizacional e as atividades referentes aos mesmos são gerenciadas diretamente pela usina. Esse tipo de arranjo enquadra-se no modelo de estrutura A classificada por Machado Filho (2002, p.100-101).

Alguns projetos sociais são propostos pela comunidade onde a usina 45 está localizada; outros são propostos na usina com parcerias em forma de convênios. Mais de 50% dessas ações sociais estão focadas no público externo, com destaque para projetos da área de educação.

7 Análise dos Dados

O perfil dos participantes se constituiu de mulheres, na sua maioria, com idade entre 31 e 64 anos. Houve a participação de uma pessoa do gênero masculino. Mais da metade dos

entrevistados possui somente o Ensino Básico e apenas um dos participantes possui nível superior. A baixa escolaridade foi a principal razão da dificuldade de obter relatos adicionais dos participantes, pois foi necessário fornecer colaborações adicionais às questões para ajudá-los no entendimento das mesmas.

A pesquisa também revelou que boa parte dos participantes está constituída por donas-de-casa. Há também a participação de pessoas com outras ocupações, entre elas auxiliar de serviços gerais, diarista, costureira, autônomo e artista plástica.

Os participantes estão diretamente integrados no cotidiano da vida da comunidade e encontram-se próximos e diretamente ligados às crianças e adolescentes beneficiados pelos projetos sociais das duas usinas. Nenhum entrevistado trabalha nas usinas. Registrou-se também a presença de duas pessoas com histórico de vínculo empregatício na atividade canavieira.

A entrevista procurou focar duas dimensões da percepção: individual e coletiva. Na primeira, buscou-se conhecer a percepção de cada participante em relação às variáveis da pesquisa sobre o seu cotidiano. E na segunda, indagou-se ao participante sobre suas percepções em relação à identidade que a comunidade constrói frente a tais variáveis.

A primeira questão procurou identificar uma **palavra** que melhor representasse, na percepção de cada respondente, a imagem que a maioria dos participantes criam sobre as usinas 14 e 45. Esta palavra foi “emprego”, seguida das palavras “queimadas”, “desenvolvimento local” e “açúcar e álcool”. Embora as condições geo-econômicas dos municípios onde as usinas estão alocadas sejam diferenciadas, a questão do emprego é destacada por agentes ligados às duas unidades. No caso da usina 14, aspectos como a dificuldade de conseguir um serviço e o número de postos de trabalhos gerados pela empresa justificam a alta frequência de tal resposta.

Segundo uma das entrevistadas: “[...] *hoje, eu não dependo totalmente dela [...] Hoje, eu tenho três filhos que podem estar dependendo dela. Porque principalmente para nós onde a gente mora as condições de trabalho é muito difícil. Então, a usina seria o local mais apropriado no momento*”.

Para o público da usina 45, a justificativa mais frequente é a baixa capacidade do município na geração de empregos, fato que reforça a importância da usina para a cidade como fonte geradora de trabalho. Para um dos entrevistados: “*Eu acho que pra mim é o trabalho. Fonte de trabalho. Ela dá bastante serviço pra bastante gente aqui. A maioria do pessoal trabalha na usina. Eu acho que se não fosse a usina e a Prefeitura aqui ia ficar*

complicado aqui. Ela dá bastante serviço. [...] além de dar trabalho, ajuda muito a Prefeitura”.

Essa imagem de grandeza também está atrelada aos impostos pagos pela usina 45 ao município. A segunda atividade econômica geradora de emprego naquela cidade é uma transportadora, seguida por outras atividades agropecuárias e pelo turismo.

No tocante à **representação dos impactos gerados pelas usinas**, as respostas mais frequentes foram “queimadas”, “doenças respiratórias” e “variação do salário na safra e entressafra”, levando em consideração os públicos externos das usinas 14 e 45. A expressão “queimadas” está sempre associada às percepções negativas dos participantes, pois ela remete a problemas de saúde com pessoas da comunidade e com familiares. Para um dos entrevistados: *“As queimadas de cana que poluem muito e a fuligem pra que tem problema respiratório como eu e meu filho têm... Fica um pouquinho complicado”*. Para outro entrevistado: *“[...] eu acho que a comunidade já está cheia de queimada porque não gosta muito. Mas, está evitando agora...”*.

Quanto à “variação do salário na safra e entressafra”, há sempre a queixa da queda de rendimentos recaindo sobre o trabalhador, sua família e a comunidade, gerando insegurança e instabilidade nas dinâmicas familiar e social.

Vale destacar o comentário de uma participante sobre o impacto da atividade canavieira relacionado ao “uso intensivo do solo”: [...] *“Alguma coisa que está fazendo com a qualidade do ar é a queimada que está fazendo. Acho o uso intensivo do solo terrível porque daqui 25 anos esse solo vai virar areia”*. A baixa frequência de respostas em relação a esse aspecto (solos) justifica-se pelo fato da externalidade “alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente” serem pouco perceptíveis às pessoas quando comparadas às queimadas.

Novamente, mas desta vez na dimensão coletiva, a palavra “queimadas” é apontada como o principal impacto observado pela comunidade em relação às duas usinas. Pelos relatos, observa-se que em ambas as dimensões (individual e coletiva), as reclamações sobre essa prática são as mesmas: [...] *“pelo que eu estou vendo no rádio... eu acho que a maioria deve pensar igual eu”* [...]. Em alguns casos, ressalta-se a necessidade de reduzir as queimadas para a melhoria da qualidade do ar nas cidades e também para não agredir a camada de ozônio. *“[...] O que eles estão fazendo com o meio ambiente, com a camada de ozônio... E eu não posso fazer um foguinho no meu quintal que é proibido. Sabe, eu não entendo isso”*.

Por outro lado, a alternativa de redução das queimadas é avaliada como uma medida a ser ponderada, tendo em vista que ela minimizaria a oportunidade de empregos. Para uma das entrevistadas: “[...] no momento, o que a gente mais pensa é na queimada. Se entrar a máquina pra cortar, vai tirar o emprego das pessoas” .

A pergunta sobre a **percepção das pessoas da comunidade frente aos impactos negativos** produzidos pelas usinas foi a mais expressiva para mostrar a dicotomia entre ações sociais e externalidades negativas. Ficou nítida a posição das pessoas entre rejeitar os impactos negativos produzidos pelas usinas, reconhecer a dependência da atividade econômica que gera tais externalidades e os benefícios trazidos pelos projetos sociais. Observou-se que os participantes consideram que “existem riscos para as pessoas e para o ambiente, mas estes são compensados pelos benefícios que a usina oferece para a comunidade e para os funcionários”, tanto quanto “sou totalmente desfavorável a esta realidade, pois as externalidades negativas prejudicam e danificam a saúde humana e o meio ambiente”.

Para alguns participantes: “*Que tem problema tem, mas [...]*”; “*Eles sempre procuram fazer o melhor. Mas, que ela é bem prejudicial ela é. Porque no caso dos solos, dos rios, o esgoto da usina que vai pro rio*”; “*É um problema enorme. Tem, por exemplo, queimada. Tem toda essa gente [...]*”.

De modo geral, grande parte dos entrevistados percebe os danos causados pela atividade canavieira e realmente consideram esses impactos como negativos. Por outro lado, os benefícios obtidos por meio dos projetos sociais pesam numa análise de ganhos e perdas, visto que essas pessoas podem usufruir de ajuda externa para educar seus filhos. “[...] eu acho que eles poderiam melhorar nessa parte da queimada. Deveria ser proibido. Pra não prejudicar as pessoas. [...] existem riscos para as pessoas. Só que ela ajuda nossos filhos também”; “[...] tem os benefícios, né? É o açúcar e o álcool. E tem os prejuízos pra nossa saúde”.

Quanto às **razões pelas quais a usina desenvolve projetos sociais junto à comunidade**, registrou-se que em ambas as comunidades, a maior frequência de resposta foi “contribuir para o bem-estar da sociedade”, destacando a educação das crianças e adolescentes: “[...] ela está pensando mais nos adolescentes agora [...] A gente via muito adolescente saindo da escola [...]. Então, o que fazia esses adolescentes? Fica pra rua. Ficava fazendo coisa que não devia. Então, esse é um projeto excelente que ela deu. De instruir eles de várias coisas. Eu acho uma maravilha isso”; “[...] acho que eles estão dando uma ótima oportunidade para os nossos filhos tanto de pais que são funcionários da usina e que não são. Hoje, o projeto para eles está trazendo um benefício muito bom”.

Foram registrados ainda **depoimentos atrelados à imagem das usinas junto ao público externo**. Tais relatos procuravam justificar o porquê dessas unidades produtoras estarem atuando em atividades sociais. “[...] *Eu acho que de alguma maneira, ela tem que gerar alguma coisa. Porque as pessoas ficam vendo só o lado ruim, não é bom pra ela (usina). Então, de qualquer modo, o que eles fazem, deixa as pessoas não pensarem tanto mal delas. Antes das minhas filhas fazerem esse curso, a gente pensava (de maneira ignorante). Ah, a usina só prejudica. Mas, a gente não via o outro lado. Depois, que a gente começa a ver. A prestar atenção*”.

No tocante às **justificativas atreladas à legislação**, registrou-se “[...] *se a legislação diz que tem, tem que fazer. Eu não sei se eles vão além do que a legislação fala. Mas, se estão fazendo é porque é o dever deles*”.

Houve também entrevistados que associaram as ações sociais das usinas às externalidades, como forma de reduzir os impactos negativos. “[...] *Mas, de repente, elas (usinas) têm um pouquinho de culpa. Eles querem até recompensar um pouco porque são pessoas com um pouco de sentimento. Eles têm que ajudar a sociedade porque se eles só guardam o dinheiro e não fazem nada [...]*”.

Todos os participantes apontaram que a comunidade em geral é a maior beneficiada pelos projetos sociais das usinas, destacando-se “os próprios alunos”; “os próprios adolescentes”; “as próprias crianças”; “Acho que são os pais, e as crianças. Que tem a oportunidade de ter uma escola boa, com vários acompanhamentos”.

Alguns depoimentos apontaram como beneficiados “os donos das usinas” e “os clientes da usina”.

Uma das palavras que melhor representa a relação dos pais de alunos com o projeto social do qual participa na usina 45 é “responsabilidade”. O que justifica é o fato das crianças encontrarem um ambiente onde os profissionais envolvidos (pedagogos, educadores, assistentes sociais, pólogos, entre outros) se mostram dedicados, preocupados e extremamente atenciosos com o trabalho que estão realizando, bem como a importância da responsabilidade no processo educacional das crianças. “A escola aqui é responsável; minha filha está muito contente aqui”.

Vale destacar as palavras emitidas por uma mãe, cuja filha é portadora de Síndrome de Down e integrante do projeto CEI: acolhida, confiança, satisfação, valorização da pessoa e esperança.

Já na usina 14, a palavra de maior frequência para os pais de alunos é “família”. “Meus filhos estão adorando”.

Os entrevistados da usina 14 consideram que o principal resultado positivo que os projetos sociais das usinas gera para a comunidade é o oferecimento de assistência médica e hospitalar, odontológica e farmacêutica. Já na usina 45, a resposta mais frequente foi a manutenção de escolas e bolsas de estudo.

Muitos entrevistados também responderam “plantio de árvores e viveiro de mudas”, justificando: *“porque lá perto onde moro, eles (a usina) fizeram muitos plantios de árvores. [...] porque eles tiraram árvores de algum lugar, eles têm que repor. Tem até árvore frutífera”*.

Além dos benefícios advindos com a geração de empregos e educação para os filhos, os projetos sociais também foram lembrados na preservação do meio ambiente.

Para a maioria dos participantes, a existência e a oferta de projetos sociais pela usina é uma forma de compensar os impactos negativos que ela gera para a sociedade e para o meio ambiente. Em algumas entrevistas, houve os seguintes relatos: *“acho que eles (usinas) deviam melhorar mais. Reconhecer um pouco o serviço dos empregados. Também ver essa história da queimada que não faz bem [...]”*; *“Porque o que ela está fazendo com o meio ambiente é muito grave. E isso aqui que está fazendo na cidade é o mínimo com o que eles estão fazendo com a terra. Elas (usinas) têm uma responsabilidade para com a população”*.

8 Considerações Finais

Um dos primeiros aspectos que nos chamam a atenção no estudo diz respeito ao conceito de RSC que está embutido nas ações sociais desenvolvidas pelas duas usinas. A proposta, da qual se reveste esses projetos remonta às iniciativas empresariais desenvolvidas na década de 60. Se no passado procuravam cumprir a dimensão governamental, hoje, concorrem também ao atendimento da construção da boa imagem de empresas-cidadãs, visto que a questão das externalidades negativas está presente de forma contundente. As ações sociais desenvolvidas pelas duas usinas aproximam-se das obrigações legislativas ainda daquela época e focadas, de forma semelhante, nas áreas da saúde, educação, meio ambiente, cultura e esporte.

Do ponto de vista da evolução histórica da RSC, portanto, não se registram mudanças expressivas na utilização do conceito para fins de transformações socioeconômicas e culturais, o que reforça a idéia de um assistencialismo oficializado e presente no comando da relação entre usina-comunidade, desta feita, revestido de um discurso mais atrativo e melhor elaborado.

Uma das constatações que corrobora para esses argumentos pode ser analisada do ponto de vista da caracterização dos projetos de ações sociais apresentados pelas duas usinas. Entre os projetos da usina 45, citam-se “Apoio financeiro e em espécies”, eminentemente, de cunho filantrópico, e “Dicionário Ambiental Básico”, que tenta preencher lacunas do próprio sistema educacional constituído. Ainda que esses projetos sociais encontram redundância na comunidade carente, é questionável o seu papel na construção de comunidades auto-gerenciáveis.

Comparando-se as duas usinas consultadas pelo estudo observam-se realidades distintas no tocante à gestão dos projetos. Enquanto uma unidade produtora possui uma fundação para o desenvolvimento de projetos sociais, a outra utiliza uma estrutura já existente atrelada à da organização. No primeiro caso, as ações sociais tendem a extrapolar as necessidades básicas da comunidade local.

A questão das externalidades se mostra como o ponto de confluência para a geração da dicotomia no modo de vida das pessoas dessas comunidades, dividido entre o desfrutar dos benefícios gerados pelos projetos sociais das usinas e o conviver com a realidade resultante dos impactos negativos.

A dicotomia observada revela-se como elemento da identidade das pessoas na medida em que ela cria uma condição “do ser” e do “vir a ser”. Isso pode ser claramente percebido no relato de algumas mães entrevistadas, tais como: “*Que tem problema tem, mas [...]*”; “*Eles sempre procuram fazer o melhor. Mas, que ela é bem prejudicial ela é. Tem toda essa gente [...]*”; “*Eu acho que é ruim. Normal não é*”; “*Só que ela ajuda nossos filhos também*”; “*[...] tem os benefícios, né? E tem os prejuízos pra nossa saúde*”.

Nesse sentido, a dicotomia instalada interfere no conceito e sentido de si mesmo e do outro, modificando um sistema de significados, valores e ideologias e tornando a própria identidade individual objeto de dissonância em relação ao contexto social.

Ainda nesse contexto, revela-se o aspecto temporal e imutável da construção da identidade pessoal. Ao longo da vida do indivíduo e nas diferentes fases da existência, a identidade vai sendo construída e reconstruída.

A identidade social das duas usinas é revelada por meio de imagens que vão desde à atividade produtiva e provedora de empregos e renda à emissora de impactos negativos, resultando em diferentes e conflituosas percepções das comunidades. Nesse sentido, não se pode afirmar que a identidade social está formada a partir de percepções únicas. Ao serem indagados sobre qual expressão melhor representa a usina, por exemplo, os entrevistados

deram respostas variadas, entre elas: emprego, mãe, produtividade, açúcar e álcool, poder e desenvolvimento local.

Buscando compreender o papel dos projetos sociais oferecidos pelas usinas, na construção da sua identidade social, pode-se perceber que eles são coadjuvantes, pois não são explicitamente mencionados pelos sujeitos da pesquisa. Assim, expressões diretamente relacionadas a oportunidades de trabalho, salário e desenvolvimento são muito mais apropriadas para expressar a imagem criada pelas comunidades do que propriamente, as ações sociais oferecidas. Desse modo, a construção da imagem organizacional das usinas pela comunidade externa beneficiada pelos seus projetos sociais é também um contexto dicotômico pautado, de um lado, pelas facilidades propiciadas e, de outro, pelas repercussões dos impactos negativos da atividade produtiva.

A relevância do estudo está na identificação do posicionamento empresarial do setor referente às práticas, considerando as externalidades positivas e negativas da atividade canavieira. A partir desse âmbito, poderá auxiliar no entendimento da questão em outros contextos empresariais de diferentes setores no tocante à questão da RSC pelas usinas.

NOTAS

1 – Por se tratar dos aspectos históricos da RSC, os trabalhos disponíveis na literatura datam de períodos anteriores aos utilizados em outras partes desse artigo. Como pode ser observado, na questão da legislação sobre a RSC, a lei data de 1965, sendo que desde este período nenhuma outra lei foi criada para tratar dessa questão, ficando a cargo das empresas do setor sucroalcooleiro adotar a estratégia de investir em ações sociais ou não;

2 – Outras informações relacionadas à gestão social das usinas desse estudo não foram disponibilizadas por questão de sigilo e, pelo fato, de uma dessas empresas possuir capital aberto na Bovespa (Bolsa de Valores de São Paulo).

9 Referências Bibliográficas

AÇÚCAR e álcool: responsabilidade social numa história de desenvolvimento sustentável. **Unica**. 2004. Disponível em:

<http://www.portalunica.com.br/portalunica/files/referencia_publicacoes_institucionais-8-Arquivo.pdf>. Acesso em: 15 fevereiro 2005. 14h36'.

ALBERT, S.; WHETTEN, D. A. Organizational identity. In: HATCH, M. J.; SCHULTZ, M. **Organizational identity: a reader**. Oxford University Press Oxford, 2004. p.80-90.

ANDRADE, R.O.B.; TACHIZAWA, T.; CARVALHO, A.B. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Makron Books, 2004.

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Tradução Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977. 225p.
- BARROS, G.S.C.; SILVA, S.F. Relatório PIBAGRO-BRASIL. Disponível em: http://www.cepea.esalq.usp.br/comunicacao/Cepea_PIB_BR_jun12.pdf. Acesso em: 07 nov. 2012, 10h48'.
- BERNSTEIN, D. **Company image and reality**: a critique of corporate communications. Londres: Holt, Rhinehart e Winston, 1984.
- CEVOLI, M. Bell: o advento pós-Industrial. In: DE MASI, Domenico (Org.). **A Sociedade Pós Industrial**. Tradução Anna Maria Capovilla. São Paulo: Senac, 2000. 443p.
- CHRISMAN, J.J.; CARROLL, A.B. Corporate responsibility – reconciling economic and social goals. **Sloan Management Review**, v.25, n.º.2, Winter 1984.
- DRUCKER, P.F. **Sociedade Pós-Capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1999. 186p.
- FERRAZ, J.M.G. Setor sucroalcooleiro, agribusiness e ambiente. In: FERRAZ, J. M. G.; PRADA, L. S.; PAIXÃO, M. **Certificação socioambiental do setor sucroalcooleiro**. São Paulo: Embrapa Meio Ambiente, 2000. 192p.
- FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. **The New York Times Magazine**, 13 set. 1970.
- GIOIA, D.A.; SCHULTZ, M.; CORLEY, K.G. Organizational identity, image, and adaptive instability. **Academy of Management Review**, v.25, n. 1, p.63-81, 2000.
- GRAY, E.R.; BALMER, J.M.T. Managing corporate image and corporate reputation. **Long Range Planning**, v.31, n.5, p.695-702, 1998.
- GUEDES, S.N.R.; GALLO, Z.; MARTINS, L.A.T.P. Passado, presente e futuro da agroindústria canavieira do Brasil: uma reflexão a partir da perspectiva do desenvolvimento sustentável. In: MORAES, Márcia Azanha Ferraz Dias de, SHIKIDA, Pery Francisco Assis (Coords.). **Agroindústria canavieira no Brasil**: evolução, desenvolvimento e desafios. São Paulo: Atlas, 2002. p.312-319.
- HOGG, M; TERRY, D. Social identity and self-categorization processes in organizational context. **Academy of Management Review**, v.25, n.1, p.121-140, 2000.
- MACHADO, H.V. **A identidade e o contexto organizacional**. Revista de Administração Contemporânea (RAC), Edição Especial, p.60-61. 2003.
- MACHADO FILHO, C.A.P. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações**: um estudo multicase. 2002. 204f. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, São Paulo.
- MELO NETO, F.P., FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. p.4-7.

_____. **Responsabilidade social e cidadania empresarial:** a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999. p.78-83.

NEVES, M.F.; CONEJERO, M.A. **Estratégias para a cana no Brasil:** um negócio classe mundial. São Paulo: Atlas, 2010. 288p.

PAIXÃO, M. Relações de trabalho na agroindústria sucroalcooleira do Brasil: exclusão ou cidadania? In: FERRAZ, José Maria Gusman, PRADA, Laura de Santis, PAIXÃO, Marcelo. **Certificação sociambiental do setor sucroalcooleiro.** São Paulo: Embrapa Meio Ambiente, 2000. p.111-146.

PANWAR, R., et al. Corporate responsibility: balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry. **Forest Products Journal**, v.56, nº.2, feb. 2006.

ROMANACH, L.M.; CARON, D. Impactos da mecanização da colheita de cana sobre o emprego, a gestão empresarial e o meio ambiente: um estudo de caso. In: SOBER, 27, 1999, Foz do Iguaçu. Disponível em:
<<http://gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sober/trab121.pdf>>. Acesso em: 21 fevereiro 2006. 08h52'.

RUI, J.D. A responsabilidade social no setor sucroalcooleiro. **JornalCana**, Ribeirão Preto, dez.2004. Disponível em: <www.jornalcana.com.br>. Acesso em: 22 fevereiro 2006. 10h15'.

SENGE, P. M., CARSTEDT, G. Rumo à próxima revolução industrial. **HSM Management**, a.5, n.27, jul./ago. 2001.

SOUZA, E.L.; MACEDO, I.C. **Etanol e bioeletricidade:** a cana-de-açúcar no futuro da matriz energética. São Paulo: Unica, 2009. 46p.

SHARMA A. K., TALWAR, B. Corporate social responsibility: modern vis-à-vis Vedic approach. **Measuring Business Excellence**, v.9, nº.1, 2005.

WHETTEN, D.A.; GODFREY, P.C. **Identity in organizations:** building theory through conversations. Londres: Sage Publication, 1998. 307p.

www.desenvolvimento.gov.br

www.ethos.org.br

www.ipea.gov.br
