

## **Política Ambiental e Responsabilidade Social Empresarial da CVRD**

Autor: GRIGATO, ROSEMAY B.

Co-autor: RIBEIRO, LUIZ C. M.

### **RESUMO:**

Trata dos instrumentos de política ambiental brasileira com predominância do mecanismo de comando (legislação) e controle (monitoramento e fiscalização) anteriormente à Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento e o Meio Ambiente – Rio 92. Com a Conferência das Nações Unidas e a disseminação da concepção de desenvolvimento sustentável, novos mecanismos como os instrumentos econômicos (mercado) e instrumentos de comunicação passaram a ser adotados na formulação de políticas ambientais públicas e empresariais. Uma nova dimensão, a de responsabilidade social empresarial, associada aos preceitos do desenvolvimento sustentável, surge como um compromisso da empresa com a sociedade. Mostra, também, como a CVRD implementa política de responsabilidade social empresarial como estratégia do *marketing* ambiental para se legitimar como empresa comprometida com o meio ambiente.

**Palavras-chave:** Política Ambiental. Responsabilidade Social Empresarial. *Marketing* Ambiental.

### **ABSTRACT:**

This work deals with the instruments of Brazilian Environmental Policy predominantly the command (legislature) and control (monitoring and inspection) mechanisms used previous to the United Nations Conference for development and environment – Rio 92. Following the United Nations conference and the spread of the idea of sustainable development, new mechanisms such as economic indices (the market) and the media were incorporated into the formulation of public and corporate environmental policies. A new dimension, that of corporate social responsibility associated with the precepts of sustainable development has emerged and with it a corporate commitment to society. We also

show how CVRD implements its policies of corporate social responsibility as a strategy of environmental marketing to legitimize itself as a company committed to the environment.

. **Keywords:** Environmental policy. Company accountability. Environmental marketing.

No Brasil, historicamente, tem prevalecido os instrumentos de política ambiental de orientação de comando e controle, privilegiando a adoção de normas, padrões, licenciamento, controle, monitoramento e fiscalização. No entanto, nos últimos anos, pós Conferência das Nações Unidas para o Desenvolvimento e o Meio Ambiente – Rio 92, os instrumentos econômicos e de comunicação estão sendo disseminados. Entre os instrumentos econômicos ou de mercado destacam-se as taxas e tarifas, subsídios e certificações e, entre os instrumentos de comunicação, destacam-se os acordos, sistema de gestão ambiental, selos ambientais e o *marketing* ambiental. Uma das estratégias de *marketing* ambiental é a política de responsabilidade social empresarial – RSE, que está sendo propagada pelas empresas e provocando uma mudança no eixo de condução da política ambiental, com o enfraquecimento do Estado e o fortalecimento das corporações.

O estabelecimento de uma política ambiental explícita no governo brasileiro, iniciou-se em 1973, com a criação da Secretaria Especial de Meio Ambiente (SEMA) (1), vinculada ao Ministério do Interior, contemporaneamente aos debates da Conferência da Organização das Nações Unidas (ONU), sobre o Meio Ambiente Humano (1972), e como uma resposta às críticas sofridas pelo Brasil na conferência. De acordo com Acselrald, o novo órgão “surgiu em pleno regime ditatorial, de forma reativa, com traços fortemente burocráticos e sem nenhuma articulação com a sociedade [...]” (2001: 79).

A Política Nacional de Meio Ambiente fortaleceu-se com a Lei Nº 6.938/81, com relativo atraso, se comparado por exemplo, com os Estados Unidos que, promulgou o *NEPA* (*National Environmental Policy Act*) em 1970. Segundo Lustosa, Cánepa e Yuong (2003), o atraso na adoção de normas e agências ambientais especializadas configura, em primeiro lugar que, a questão ambiental no Brasil, não era prioridade de políticas públicas. Em segundo lugar, a política ambiental não era prioridade do processo de industrialização brasileiro que, baseava-se numa estratégia de substituição de importações, privilegiando setores intensivos em emissão, e no uso direto de recursos naturais (energia e matérias-primas baratas).

Os autores definem a política ambiental, como um conjunto de metas e instrumentos, que visa reduzir os impactos negativos da ação humana sobre o meio ambiente. Para eles, a política ambiental é necessária para induzir ou forçar os agentes econômicos a adotarem posturas e procedimentos menos agressivos ao meio ambiente, ou seja, reduzir a quantidade de poluentes lançados no ambiente, e minimizar a degradação dos recursos naturais. A definição citada pelos autores é conservadora, já que os resultados a serem alcançados seriam a diminuição dos impactos e níveis de poluição e degradação, não significando, portanto, uma mudança de paradigma.

Analiticamente, os autores traçam a evolução histórica da política ambiental mundial, identificando três fases. A primeira, que se estende do fim do século XIX, até o período anterior a Segunda Guerra Mundial, caracteriza-se pela forma preferencial de intervenção estatal, na *disputa em tribunais*, quando os atingidos pelas externalidades negativas ambientais, entraram em juízos contra os agentes poluidores ou devastadores.

A segunda fase, denominada de *comando e controle* iniciou-se, aproximadamente, na década de 1950 e possui duas características: a imposição, pela autoridade ambiental, de padrões de emissão incidentes sobre a produção final do agente poluidor, e a determinação da melhor tecnologia disponível para redução da poluição e cumprimento do padrão de emissão. Essa política apresenta algumas inconveniências tais como: morosidade na implementação, devido a demoradas negociações entre regulamentadores, quanto à tecnologia mais adequada; exigências dos regulamentadores de graus uniformes de redução, em várias fontes de uma área, impedindo a exploração das diferenças de custos marginais de redução das várias fontes; e a regulamentação direta pode impedir a instalação de empreendimentos em regiões já saturadas, mesmo que a firma se disponha a pagar até pela redução das fontes existentes (LUSTOSA; CÁNEPA; YOUNG, 2003).

A terceira fase da política ambiental é classificada pelos autores como política “*mista*” de comando e controle. Nessa modalidade de política ambiental, os padrões de emissão deixam de ser meio e fim da intervenção estatal, e passam a ser instrumentos de uma política que usa diversas alternativas e possibilidades para alcançar as metas acordadas socialmente. Países como os Estados Unidos, adotaram em 1970, padrões de qualidade para o ar e para as águas, como metas de políticas definidas pelo Congresso.

Ao lado da definição dos padrões de emissões, observa-se a adoção crescente de instrumentos econômicos, visando à adoção de redução da descarga de efluentes e, ao uso mais moderado dos recursos naturais. A utilização do instrumento econômico é própria das

indicações da vertente da economia ambiental e dos recursos naturais, que segue os pressupostos da escola econômica neoclássica, dentro do marco da análise de custo-benefício.

Uma análise crítica da política ambiental e dos instrumentos adotados, tanto no âmbito internacional como nacional, é elaborada por Almeida (1988), comparando as diferentes abordagens teóricas neoclássicas e os enfoques alternativos institucionalista e evolucionário.

Considerando primeiro, o enfoque ortodoxo de orientação neoclássica, a autora mostra que, apesar da política ambiental internacional basear-se, em grande parte, em instrumentos de regulação direta, os instrumentos econômicos ganham mais espaço nesta área.

A partir de um estudo realizado em 1989, pela Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico - OCDE, em seus principais países membros, verifica-se que não obstante a orientação dada pela Organização, em anos anteriores, quando da realização da Conferência de 1984, na importância do “princípio poluidor-pagador”, obrigando o poluidor a corrigir ou recuperar o ambiente, a Organização passou a demonstrar crescente preocupação com políticas ambientais mais flexíveis e economicamente eficientes, associando a aplicação do “princípio poluidor-pagador” ao uso mais efetivo de instrumentos econômicos e regulações diretas, de forma a evitar o dano ambiental antes que ele aconteça. A conclusão final do estudo é citada pela autora:

Tanto a flexibilidade proporcionada pelas alternativas económicas quanto a certeza e a eficácia da regulação direta poderiam ser consideradas por um enfoque ‘*openminded*’, baseado numa busca criativa de novos instrumentos da política ambiental ou novas combinações de instrumentos já existentes. (1988: 133).

As abordagens de política ambiental consideradas pela autora como alternativas, ou seja, as escolas institucionalistas e evolucionárias, focam a atenção na importância dos contextos nacional e internacional. Para tanto, a autora destaca dois instrumentos de opções da política ambiental de um país: o “estilo de regulação” e as tendências internacionais.

Com relação ao “estilo de regulação”, a autora explica que o perfil de uma política ambiental depende das características próprias da área a que se destina, mas também pode estar relacionada com a forma tradicional com que se exerce a regulação governamental no país, ou seja, as relações históricas entre empresariado e governo. Já como tendências ambientais internacionais está relacionado a crescente imposição de barreiras comerciais com base em regulações ambientais, o chamado *greening* do comércio (Almeida, 1988).

A partir da pesquisa realizada por Vogel (1986), que compara as políticas ambientais britânica e norte-americana, Almeida destaca que a opção regulamentária dos Estados Unidos é baseada em imposições legais, e a da Grã-Bretanha em acordos voluntários. O processo de negociação britânico se dá de modo cooperativo, enquanto nos Estados Unidos é forte a animosidade entre o empresariado e reguladores. A conclusão do estudo permite pensar em estilos nacionais de regulação, uma vez que são mais importantes que a natureza de uma área específica de política, para explicar o perfil das regulações públicas prevalentes.

O segundo determinante da opção de política ambiental de um país são as tendências internacionais de política ambiental, principalmente quando tais tendências se apresentam sob forma de restrições comerciais com propósitos ambientais. A alegação de motivos ecológicos tem suscitado o debate do chamado *greening* do comércio internacional. (Almeida, 1988).

A autora evidencia que as reais motivações a favor de restrições comerciais são apresentadas de forma ambígua. Pode-se utilizar o argumento da causa ambiental, mas a real preocupação parece ser o aspecto econômico, por exemplo, a desvantagem competitiva do agente submetido a regulamentações ambientais, em relação àquele isento. Neste caso, as regulamentações ambientais podem implicar em custos adicionais, tornando os preços finais menos competitivos. No entanto, Almeida argumenta, na mesma linha teórica de Porter e van der Lind (1995), que há casos em que uma rigorosa política pode resultar em processos produtivos mais limpos, favorecendo o apelo ao *marketing* ecológico e a diferenciação do produto. O selo ecológico é uma estratégia comercial já, razoavelmente, diferenciada.

A autora mostra que estudos empíricos realizados por Stevens (1993), demonstram que os impactos das políticas ambientais sobre a competitividade e a Balança Comercial de um país são poucos ou nulos. Contudo, alguns setores tais como o químico, de mineração, papel e celulose e o de refino de petróleo têm os custos de controle ambiental muito mais elevados. Alguns desses setores estão presentes no Estado do Espírito Santo, com destaque para o de mineração e de papel de celulose, representados pelas empresas CVRD, que passou por um processo de adequação ambiental por determinação do órgão ambiental, e a Aracruz Celulose S.A. que por exigência de mercado buscou a certificação ambiental (DALCOMUNI, 1997).

Outra discussão, relativa à competitividade, refere-se aos possíveis impactos das políticas ambientais sobre a alocação de investimentos. Observa-se, desde os anos 70, um deslocamento de “indústrias sujas” de países do OCDE para países em desenvolvimento (ALMEIDA, 1988).

Existe ainda, segundo a autora, o argumento do *dumping* ecológico, ou seja, de que a implementação de política ambiental menos restritiva, favoreceria determinadas atividades e países. Na opinião da autora, esta argumentação é descabida porque a adoção de política ambiental mais branda estaria relacionada às limitações político-institucionais do país, cujas condições socioeconômicas induziriam a outras prioridades políticas. No entanto, o caso brasileiro parece conjugar os dois fatores. Historicamente, o modelo industrial brasileiro privilegiou setores potencialmente poluidores, sem que se exigissem os devidos controles ambientais, fato evidenciado pela posição da representação brasileira na Conferência de Estocolmo em 1972, conforme será demonstrado logo a seguir.

Mais recentemente, o país passou a contar com uma estrutura de leis eficiente, todavia apresentando limitações de ordem político-institucional para solucionar problemas relevantes, a exemplo do desmatamento da Mata Atlântica e da Floresta Amazônica, a biopirataria, o saneamento ambiental, a ocupação desordenada da faixa litorânea e as questões relativas aos produtos geneticamente modificados. A discussão da produção de alimentos transgênicos está na ordem do dia e a inexistência de evidências científicas adequadas tem ocasionado decisões controversas, como o processo aberto na Organização Mundial do Comércio - OMC pelos Estados Unidos, Canadá e Argentina contra a União Européia por barrar, em alguns países-membros (Alemanha, Áustria, França, Grécia, Itália, e Luxemburgo), as importações de alimentos geneticamente modificados (2).

Dessa forma, a autora aborda as questões relativas aos aspectos legais das restrições comerciais, como fator de controvérsia, em torno do uso da política comercial como instrumento de controle ambiental. As políticas ambientais podem afetar o comércio internacional pelas restrições que incidem sobre os produtos (barreiras de produto), e sobre os processos (barreiras de processo).

As barreiras de produto referem-se às restrições de acesso ao mercado interno para produtos importados, que geram poluição ou degradação ambiental, no momento de seu consumo, caso da importação de produtos com conteúdo tóxico e que exigem grandes áreas de aterros sanitários para seu descarte final, a exemplo da importação de pneus reciclados. As barreiras de processo são restrições comerciais impostas ao produto, cujo processo de produção seja considerado prejudicial ao meio ambiente, como exemplo cita-se as restrições a importações de madeira tropical por certos países europeus, que alegam práticas de desflorestamento (ALMEIDA, 1988).

De acordo com a autora, o extinto Acordo Geral de Comércio e Tarifas - GATT, assinado em 1947, atualmente substituído pela OMC, foi criado para regular as relações comerciais internacionais e fazia uma autodefesa em relação aos conflitos entre suas normas e as barreiras comerciais com propósitos ambientais, reforçando sua importância como fórum multilateral, experiente há mais de quatro décadas, para o tratamento das questões relativas ao comércio internacional.

A autora conclui este tema, afirmando que o GATT tendia a adotar uma postura liberal sobre essa questão e, para corroborar sua análise, cita um trecho de matéria veiculada na Gazeta Mercantil de 1994, que afirmava “Durante a conferência ambiental do Rio em 1992, o GATT produziu uma análise que indicava que o melhor que poderia ser feito pelo meio ambiente seria ampliar a liberação do comércio mundial” (1988: 130).

No entanto, destaca Almeida, a postura do GATT “vai ao encontro dos interesses dos países em desenvolvimento, uma vez que, aos olhos do mundo avançado, estes são ‘paraísos de poluição’ e devem se sujeitar a uma pressão reparadora” (1988: 130). Contudo, afirma a autora, isto fere, no mínimo, a soberania nacional.

Em suma, a tendência crescente de exigências ambientais nos países desenvolvidos deve difundir as restrições ambientais no plano internacional. Algumas restrições ambientais, como o selo ecológico e certificações e restrições a importações de produtos, cujos processos produtivos não atendam a padrões ecologicamente definidos, constituem-se em restrições comerciais sutis, indicando um novo padrão de concorrência.

Em conformidade com o arcabouço teórico da vertente evolucionista, a indução de mudanças tecnológicas com a adoção de tecnologias limpas, com o propósito de se obter a sustentabilidade ambiental, por meio do desenvolvimento e adoção de inovações técnicas ou organizacionais, tornou-se um fator de diferenciação para as empresas, caracterizando-se como uma oportunidade de negócios, com a possibilidade de incluir preocupações ambientais nas estratégias empresariais por meio de inovações ambientais (LUSTOSA; CÁNEPA; YOUNG, 2003).

A intensificação do processo de globalização financeira e produtiva da economia mundial, com a adoção de barreiras não tarifárias de caráter ambiental, também conhecida como “barreiras verdes” passaram a ser utilizadas por alguns países desenvolvidos. A pressão dos mercados externos, juntamente com o Estado, por meio da adoção de mecanismos de regulação ambiental normativa e informativa, tem sido percebida de forma distinta por empresas e setores industriais.

As idéias de Porter, mostram que as empresas deveriam responder às regulamentações com inovação, melhorando a competitividade, já que as inovações podem significar redução de custos totais de um produto ou aumento de seu valor. Desta forma, “a preservação ambiental está associada ao aumento da produtividade dos recursos utilizados na produção e, conseqüentemente, ao aumento da competitividade da empresa” (LUSTOSA, 2003).

As inovações ambientais, resultantes de regulamentações, podem ser classificadas em duas categorias: a primeira é denominada *end-of-pipe* e refere-se ao controle da empresa no tratamento da poluição que já ocorreu e, a segunda, conhecida como *pollution prevention*, refere-se a adoção de tecnologias que reduzam o impacto ambiental e tragam melhoria do produto e/ou processo produtivo (LUSTOSA, 2003).

Lustosa apresenta, ainda, quatro fatores determinantes que induzem as empresas a adotarem práticas ambientalmente saudáveis. O primeiro e principal fator que, historicamente, tem induzido a adoção de práticas menos agressivas ao meio ambiente é a *regulação ambiental*, por meio de legislações, subsídios, créditos, financiamentos e outros instrumentos.

O segundo fator é a *pressão dos consumidores*, principalmente os dos países de renda alta – nos países desenvolvidos – e, os consumidores dos países de renda média – em desenvolvimento – que buscam produtos ecologicamente corretos, forçando as empresas a adotarem algum tipo de certificação ambiental como: a ISO 14001 (3) ou o selo verde.

Outro fator determinante, do investimento ambiental, tem sido a *pressão dos stakeholders*, ou seja, diversos grupos da sociedade civil organizada, parlamentares, e ONGs ambientalistas que se sentem ameaçados por práticas empresariais impactantes ao meio ambiente.

Por último, a *pressão dos investidores* quanto à quantificação do passivo ambiental, tem contribuído para a adoção de inovações ambientais. Outros fatores internos à empresa podem também induzir o investimento ambiental, como a redução, reuso ou reciclagem na utilização de insumos, tais como água e energia. Agrega-se, ainda, a existência de novas oportunidades tecnológicas.

Nesse contexto, em que as questões ambientais ganharam dimensão e importância, a adoção da concepção do desenvolvimento sustentável, por parte das empresas, tem se dado de forma diferenciada. Alguns setores, notoriamente impactantes, como o petroquímico, metalúrgico, de papel e celulose têm procurado implementar estratégias ambientais sustentáveis. Algumas empresas apresentam comportamento reativo, ou seja, adotam as práticas ambientais corretas de forma compulsória e, outras têm comportamento proativos, ou seja, adotam práticas por meio de gestão ambiental no âmbito da gestão empresarial.

Na linha das práticas proativas destaca-se o processo de internacionalização do *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), a partir da Rio 92, como entidade empresarial dedicada à causa do desenvolvimento sustentável baseado na eco-eficiência (VINHA, 2003).

A representação brasileira do WBCSD foi criada em 1997, com a denominação Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), congregando grandes grupos empresariais, dentre os quais se destacam empresas localizadas no Estado do Espírito Santo, como a CVRD e a Aracruz Celulose S. A.

A estratégia da eco-eficiência (4) tem se mostrado uma ferramenta limitada na implementação de um modelo de desenvolvimento sustentável. Vinha apresenta os resultados de uma pesquisa realizada em 1994, pelo UNCTAD (*United Nation Conference on Trade and Development*), em que a maioria (82%) das empresas entrevistadas, não sabia definir a sustentabilidade, ficando patente que o conceito era “etéreo e sua viabilização, meta ainda muito remota para a grande maioria das empresas” (2003:186). A autora conclui demonstrando existir uma distância conceitual entre eco-eficiência e desenvolvimento sustentável,

[...] enquanto o primeiro significa a reorientação do padrão exclusivamente sinalizado pelo mercado, o segundo representa a incorporação de aspirações sociais muito mais abrangentes, que passam tanto pela transformação profunda do processo de produção industrial quanto por mudanças institucionais negociadas entre os atores (2003: 187).

Por outro lado, uma nova dimensão, a de *responsabilidade social*, foi associada aos preceitos do desenvolvimento sustentável. Utilizando a definição de Cardoso e Ashley (2002), a autora a apresenta como

[...] o compromisso que uma organização deve ter para a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetam positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativa e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e à sua prestação de contas para com ela (2003: 187).

No Brasil, a disseminação deste conceito tem sido promovida, em grande parte, pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social, criado em 1998. A missão do Instituto Ethos é mobilizar, sensibilizar e apoiar as empresas para que elas incorporem políticas e práticas de responsabilidade social na gestão de seus negócios. Um dos méritos foi o de popularizar a elaboração do balanço social, o que significa a declaração pública dos projetos sociais e os investimentos financeiros realizados pelas empresas, em prol do bem-estar das comunidades e do meio ambiente. Segundo a autora, pelo menos no plano da retórica, muitas empresas abraçaram a causa da responsabilidade social.

Abandonar a retórica, e adotar uma política efetiva de responsabilidade social, pode se tornar uma vantagem competitiva para a empresa. Para demonstrar essa tese, Michael Porter e Mark Kramer (2005), publicaram um artigo, em 1998, intitulado “A Vantagem Competitiva da Filantropia Corporativa”, no qual questionam se uma empresa deve fazer filantropia. Segundo os autores, a polêmica em relação à filantropia foi aberta no início dos anos 1970 com um artigo de Milton Friedman advogando que a única “responsabilidade social de uma empresa” é “ampliar seus lucros”. O argumento de Friedman pressupõe que os objetivos sociais e econômicos são separados e distintos, e que os gastos sociais sacrificam os resultados econômicos.

Os autores dizem que “Friedman tem razão”, se se considerar como as empresas atualmente praticam o grosso da filantropia. Para eles, os programas de contribuição empresariais são majoritariamente difusos e dispersos, “em vez de estarem vinculados a objetivos sociais ou empresariais bem formulados, as contribuições muitas vezes refletem crenças e valores pessoais de executivos e funcionários”. Outra forma duvidosa e questionada das empresas realizarem a filantropia são os programas de *marketing* social, ou também denominados “filantropia estratégica”, consistindo na concentração das doações numa “única causa ou em alguma organização simpática ao público”. Para os autores, essa prática está um degrau acima das contribuições empresariais esparsas. A “filantropia estratégica” ou *marketing* social “pode melhorar a reputação de uma empresa, vinculando a sua identidade à admiração que uma causa popular ou parceiro sem fins lucrativos eleito como beneficiário possa suscitar” (2005: 137).

Entretanto, o *marketing* social

“fica muitíssimo aquém de uma doação estratégica verdadeira [...]. A doação verdadeiramente estratégica, em contrapartida, distingue metas sociais e

econômicas importantes, investindo em áreas do contexto competitivo capazes de beneficiar tanto a empresa quanto a sociedade pelo aporte de trunfos e competência exclusivos da empresa (2005: 137-138).

Os autores mostram que, no contexto da filantropia corporativa, a tese de Friedman não se sustenta, já que as empresas podem valer-se de iniciativas filantrópicas para melhorar seu contexto competitivo, ou seja, melhorar a qualidade do ambiente de negócios no local em que opera. Para os autores, é falsa a dicotomia entre os objetivos econômicos e sociais num mundo de competição aberta, fundado no conhecimento e, como exemplo, cita a melhoria do ensino, que é vista como uma questão social, mas também representa um potencial competitivo para a empresa à medida que melhora o nível educacional da força de trabalho.

Dessa forma, os autores evidenciam que a longo prazo não há “conflito intrínseco”, ao contrário, há “vínculo integral”, entre as metas sociais e as econômicas. Afirmam que, atualmente, a competitividade depende da produtividade que a empresa é capaz de extrair da força de trabalho, capital e recursos naturais para produzir bens e serviços de alta qualidade. Neste sentido, funcionários capacitados que disponham de segurança, saúde, e boa moradia e a preservação do meio ambiente seria benéfico não só para os indivíduos e a sociedade, mas, também, para a empresa.

Estratégias devem ser traçadas para se alcançar, com a filantropia valores econômicos e sociais. Para a geração de valor social, a filantropia corporativa deve selecionar os melhores beneficiários, sinalizar para os outros financiadores, melhorar o desempenho dos beneficiários, avançar o conhecimento e a prática do setor, garantindo dessa forma que as doações corporativas tenham impacto superior ao de doações individuais de igual magnitude. Para Porter e Kramer, “apoiar as causas certas de forma certa [...] põe em funcionamento um ciclo virtuoso” (2005:157). Dito de outra forma, a empresa ao reforçar o valor produzido pelos esforços filantrópicos em sua área, acentua e melhora seu contexto competitivo, e reverte importantes benefícios, tanto para a empresa quanto para as causas que apóia.

Para os autores, a gestão da filantropia deve estar intimamente integrada às demais atividades da empresa pois, o diretor-presidente deve engajar toda a sua equipe diretora num processo disciplinado de identificação e implementação de uma estratégia de doação empresarial, focada na melhoria do contexto. A abordagem citada no contexto garante que as doações melhorem o potencial competitivo da empresa em longo prazo, maximizando assim o valor social e econômico da filantropia.

O Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas – Ibase incluiu em sua linha programática o tema da responsabilidade social e ética nas organizações, com o objetivo de consolidar parcerias com organizações no Brasil e, nos demais países da América Latina, e cobrar uma postura ética, práticas responsáveis e transparência no meio empresarial e nas organizações da sociedade civil. Para tanto, o Ibase está desenvolvendo dois projetos: o de Responsabilidade Social das Empresas (RSE) e Balanço Social. A proposta de balanço social ganhou visibilidade nacional com a campanha do sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançada em junho de 1997, objetivando a divulgação voluntária do balanço social.

De acordo com a metodologia do balanço social, as empresas e organizações devem apresentar as informações em um padrão mínimo, destacando os dados que possam ser expressos em valores financeiros, ou de forma quantitativa, aquilo que elas investem em educação, saúde, cultura, esportes e meio ambiente. Em 1998, para estimular a participação de um maior número de corporações, o Ibase lançou o Selo Balanço Social Ibase/Betinho. O selo é conferido, anualmente, a todas as empresas que publicam o balanço social no modelo sugerido pelo Ibase, dentro da metodologia e dos critérios propostos (5).

A CVRD, devido aos impactos ambientais produzidos na região da Grande Vitória, foi alvo das pressões da sociedade civil e do poder público nas décadas de 80 e 90. Para responder às pressões a empresa passou a adotar, no final dos anos 90, a estratégia do *marketing* ambiental para se legitimar como empresa comprometida com os valores ambientais e éticos. Para tanto, a CVRD estabeleceu o Código de Ética com o objetivo de orientar “seus negócios por um conjunto de valores que observam os mais elevados padrões éticos e morais” tendo como um dos princípios fundamentais “agir com responsabilidade social e com respeito ao meio ambiente” (6). Desde 1988, a CVRD divulga anualmente seu balanço social no *site* do Ibase.

A adoção de práticas de responsabilidade empresarial tem oportunizado a CVRD a divulgação de uma imagem de empresa comprometida com os princípios de desenvolvimento sustentável. A empresa se declara com atuação efetiva nas comunidades situadas no entorno de seus negócios, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida (7). No entanto, a prática empresarial da CVRD, no tocante a responsabilidade ambiental, é questionada.

A CVRD buscou adotar a estratégia do *marketing* ambiental, e criar uma imagem positiva de empresa responsável e comprometida com as questões sociais e ambientais. Para tanto, buscou se mostrar atualizada quanto aos novos conceitos ambientais, filiando-se ao Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentável – CEBDS em 1992; publicando anualmente, a partir de 1988, seu balanço social no *site* do Ibase, o qual revela o

montante destinado às questões ambientais, sociais e culturais e implantando um Sistema de Gestão da Qualidade Ambiental (SGQA), em dezembro de 2001, com o objetivo de conseguir a certificação ISO 14001 (8) e atender os requisitos do mercado internacional (9).

Para obter a ISO 14001, a CVRD contratou o órgão certificador internacional Det Norske Veritas (DNV) que realizou uma auditoria interna nas sete usinas, no porto, nos ramais ferroviários internos e nas áreas de apoio, transporte e logística. O procedimento utilizado pela DNV, focava em quatro pontos considerados estratégicos: emissões atmosféricas, educação ambiental, recursos hídricos e resíduos. Em 2004 a CVRD se submeteu, novamente, a uma nova auditoria de recertificação do SGQA com validade de três anos. Também em 2004, a CVRD contratou a ERM Brasil Ltda., empresa inglesa, para realizar a Auditoria Ambiental Legal das unidades da Vale no Espírito Santo. De acordo com o Relatório de Gestão Ambiental Espírito Santo – 2004, “as ações de correção das não-conformidades estão sendo implementadas” (CVRD, 2004).

Preocupada com sua imagem a CVRD buscou dar transparência as suas ações com a divulgação do Relatório Investimento Socioambiental, no qual reúne ações sociais e projetos realizados no período de 2001 a 2005, com a argumentação que

[...] é possível realizar atividades de mineração, logística e energia em harmonia com a sociedade e com o meio ambiente [...]. Somos, hoje, uma das empresas que mais investem no desenvolvimento sustentável do Brasil e nossos projetos sociais abrangem diferentes áreas: Educação, Cultura, Cidadania e Voluntariado, Saúde, Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente (CVRD, 2001 a 2005).

O montante de investimentos, realizado no período abordado pelo relatório, corresponde a valores que totalizam 943 milhões de reais, assim distribuídos: 26 milhões em projetos culturais; 15 milhões em projetos de cidadania e voluntariado; 50 milhões em projetos de saúde; 201 milhões em projetos de desenvolvimento territorial; 400 milhões em projetos de desenvolvimento e qualidade de vida do empregado, e 251 milhões em meio ambiente.

Esses valores correspondem a projetos patrocinados ou realizados pela CVRD, em diversas localidades do Brasil onde a empresa atua. Ao analisar a relação constante na carteira dos projetos financiados ou patrocinados pela CVRD percebe-se, por um lado, que a empresa

concentrou seus investimentos no cumprimento das determinações dos órgãos ambientais (condicionantes de licenças e de Termos de Compromissos) e em patrocínios em programas nas áreas acima relatadas e, por outro, que os projetos financiados apresentam-se difusos e dispersos, caracterizando-se uma estratégia denominada por Porter e Kramer de “filantropia estratégica” ou “*marketing* social”, que tem como objetivo melhorar a reputação da empresa vinculando a sua identidade às causas populares. Para os autores, essa estratégia fica aquém da denominada “filantropia corporativa” que estabelece metas sociais e econômicas capazes de beneficiar tanto a empresa quanto a sociedade, não se tratando apenas de melhoria da imagem.

A CVRD realizou, ainda, programas sociais por meio da Fundação Vale do Rio Doce – FVRD (10). As ações de responsabilidade empresarial social, implementadas pela FVRD estão concentradas em projetos na área de educação, cultura e economia local, e definidos pelo coordenador de projetos da Fundação da CVRD, Guilherme Quentel (11), com base no princípio do desenvolvimento social sustentável, destacando-se os seguintes projetos:

- ✓ **Escola que Vale**, que visa a melhoria da qualidade do ensino fundamental de escolas públicas;
- ✓ **Educação nos Trilhos** leva educação, conhecimento e cidadania às comunidades localizadas ao longo da estrada de Ferro Vitória a Minas (EFVM);
- ✓ **Vale Alfabetizar** visa à erradicação do analfabetismo em comunidades que interagem com a Vale;
- ✓ **Museu Vale do Rio Doce** que busca preservar a memória ferroviária da EFVM, e promover a revitalização cultural do estado do Espírito Santo;
- ✓ **Vale Música/Concertos Didáticos e Academia de Ensino**, para promover a inclusão social de crianças e adolescentes por meio da música erudita;
- ✓ **Vale/Congo na Escola**, para divulgar às novas gerações o ritmo do congo, seus instrumentos, cantorias e festejos; o Vale Informática e cidadania para jovens em situação de risco, reduzindo a exclusão;
- ✓ **Cidade Vale Mais** voltado para planejar e executar estratégias de desenvolvimento econômico e social para os municípios da região Serrana e do Caparaó, objetivando a melhoria da qualidade de vida da população.

A análise dos balanços sociais, divulgados no *site* do Ibase, para os anos de 1998 a 2004, para os três principais itens Investimentos em Meio Ambiente, Indicadores Sócios Internos e Indicadores Sociais Externos mostra que a CVRD cumpre com suas obrigações

trabalhistas, direcionando recursos aos empregados e seus familiares (alimentação, encargos, previdência, saúde, segurança e medicina do trabalho, creche e outros) e, no pagamento dos tributos. Para o ano de 2004, a CVRD destinou de 3,88% e 7,60% da receita líquida para benefícios a seus empregados e pagamento de impostos, respectivamente. Na verdade, esses recursos são exigências estabelecidas na legislação trabalhista e fiscal sendo, portanto, uma obrigação legal da empresa.

O montante absoluto, aplicado em investimentos ambientais, cresceu significativamente no período de 1988-2004, passando de 17 milhões para 166 milhões de reais. No entanto, quando se analisa os valores relativos, tem-se a participação inexpressiva dos “Investimentos em Meio Ambiente” sobre a receita líquida da empresa de 0,50% em 1988; 0,43% em 1999; 1,16% em 2000; 0,77% em 2001; 0,7% em 2002; 0,76% em 2003 e 0,57% em 2004. Ressalta-se, ainda, que esses são valores agregados, representando a totalidade despendida pela empresa, pulverizadas para em todas as suas unidades no Brasil.

Analisando os “Indicadores Sociais Internos” do Balanço Social da CVRD, que incluem gastos com alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança, educação, participação nos lucros ou resultados e outros, percebe-se que o montante gasto em relação à receita líquida foi de 8,37% em 1988; 6,75% em 1999; 3,70% em 2000; 4,99% em 2001; 4,25% em 2002; 4,22% em 2003 e 3,88% em 2004.

As participações dos gastos com “Indicadores Sociais Externos” são mais significativos, comparados com os investimentos ambientais, por computarem o pagamento com tributos, representando percentuais em relação à receita líquida de 7,5% em 1998; 8,14% em 1999; 2,5% em 2000; 6,52% em 2001; 7,93% em 2002; 10,58% em 2003 e 7,60% em 2004.

Falta, ainda, transparência da CVRD na divulgação dos dados, já que informações relevantes, relacionadas aos investimentos para minimizar resíduos e aumentar a eficácia na utilização dos recursos naturais são omitidas no balanço social, além de que a empresa não disponibiliza, no balanço social, as informações relativas ao exercício da cidadania.

Desta forma, a política de responsabilidade ambiental da CVRD aparece mais como uma estratégia de *marketing* ambiental, para se legitimar junto à população local e ao poder público. A implantação do Parque Horto Botânico junto ao Complexo Industrial de Tubarão, a inauguração do Museu da Vale do Rio Doce, o patrocínio às atividades de educação ambiental (Feira de Verde e edição de livros), cultural, o financiamento de projetos de construção de Agenda 21 e planos de desenvolvimento sustentável são utilizados pela CVRD para mostrar à sociedade, que está comprometida com a causa ambiental e a qualidade de

vida, além de usar os espaços da mídia para divulgar suas ações empresariais na promoção do desenvolvimento sustentável do Espírito Santo.

Cultivar a imagem positiva de empresa social e ambientalmente responsável contribuiu para arrefecer as exigências da sociedade e do poder local. Como questionar os índices de poeira negra, as emissões de gases tóxicos ou o passivo ambiental com o depósito de minério de ferro no fundo marinho, se a CVRD aparece como uma “provedora” de tantos benefícios como empregos, tributos e patrocínios, ainda que a maior parte deles seja uma condição *sine qua non* para o seu funcionamento.

A poluição proveniente da CVRD, já não é pauta freqüente dos jornais da cidade como era no final dos anos 80 e início dos 90. Pelo contrário, atualmente, a empresa é pautada por suas ações de responsabilidade social e empresarial. A sociedade já não se mobiliza, exigindo critérios mais rígidos para promover o aperfeiçoamento e melhorias contínuas ambientais. A empresa anuncia sua expansão, a VIII unidade de pelletização, quando a produção passará de 25 para 36,2 milhões de toneladas de pelotas ao ano. O número de empregos diretos, aumentará de 11.100 para 18.281, com investimentos previstos de 1,5 bilhão de reais. Com a nova unidade, a geração de impostos da CVRD será da ordem de 40 milhões de reais/ano.

A utilização de instrumentos de política ambiental do tipo comunicação, como é o caso de certificações do tipo Sistema de Gestão Ambiental (ISO 14.001), e o *marketing* ambiental têm contribuído para que o papel do poder público, como ente regulador, seja paulatinamente substituído pela auto-regulação empresarial. No entanto, é preciso estar atento para que o *marketing* ambiental não se torne uma maquiagem verde que “constrói uma imagem ecologicamente correta sem a devida contrapartida no mundo real” (TRIGUEIRO, 2003, p. 84).

A CVRD, aos poucos, vai adotando os instrumentos de comunicação; adquiriu a certificação ISO 14.001, procura se mostrar comprometida com a responsabilidade social empresarial, com a divulgação do balanço social no *site* do Ibase desde 1988, e divulga amplamente seus investimentos em controle ambiental em seus relatórios anuais. Contudo, ainda hoje, das 07 usinas de pelletização, 03 funcionam a óleo e quatro a gás natural. Ressalta-se que, a questão do uso do óleo foi uma das preocupações da Secretaria Municipal de Meio Ambiente - Semmam quando da elaboração do Termo de Compromisso em 1990, expressa em condicionante que estabelecia estudos de avaliação dos resultados da rede de monitoramento da qualidade do ar da CVRD para o dióxido de enxofre, com a exigência do estabelecimento de correlação entre as taxas de sulfatação e a concentração de SO<sub>2</sub>.

Entretanto, o relatório de Avaliação de Termo de Compromisso, elaborado pela Semmam, em 1994 mostrava que a CVRD não tinha alcançado situação satisfatória de controle da poluição atmosférica em relação ao controle das emissões do gás dióxido de enxofre:

Neste caso não houve, literalmente progresso, com a empresa ignorando a Resolução Comdema 04/92. Existe farto material sobre o assunto preparado pela Semmam, indicando a necessidade de a CVRD adequar suas emissões de dióxido de enxofre – originado da queima de óleo combustível e carvão nos fornos – à legislação (12).

Nota-se que esta questão foi protelada pela CVRD, e somente agora, com a implantação da VIII usina é que a empresa planeja implementar a substituição total do óleo pelo gás natural. Ainda, a solução para tratamento da emissão de material particulado (poeira), oriundo das pilhas de estocagem de minérios, e das correias transportadoras, por meio do sistema de aspersão nos pátios, não conseguiu solucionar os efeitos do arraste aeólico. A solução do supressor de pó (13) está sendo monitorada, mas a solução definitiva como o enclausuramento das fontes poluidoras, a empresa não está disposta a enfrentar, devido ao custo econômico que esta medida representa.

Em suma, a trajetória da política ambiental em Vitória, reflete a tendência observada no cenário nacional e internacional, de encolhimento das funções do Estado e da sociedade e, agigantamento das corporações. Isto pode ser observado, na pressão que o Estado vem enfrentando para flexibilizar os instrumentos de controle e licenciamento, e substituí-los pelos instrumentos de mercado, de *marketing* ambiental, e de auto-regulação empresarial. Em Vitória, no final da década de 80 e início de 90, a sociedade, a imprensa e o poder público foram incisivos exigindo adequações da CVRD, a ponto de o governo estadual interditar, parcialmente, suas unidades de pelotização.

Contudo, a empresa soube captar os novos tempos e avançou colocando-se adiante do Estado. Percebendo o novo momento de encolhimento do Estado e da sociedade civil, a CVRD passou a adotar o discurso do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade ambiental. O discurso usado como estratégia de *marketing* ambiental, proporciona que o faz-de-conta vai se tornando realidade (CASTELLS, 2002), facilita para que a CVRD construa

uma imagem de empresa comprometida com a qualidade ambiental, quando na realidade, a sociedade continua a sofrer seus impactos ambientais.

## NOTAS:

1. A SEMA criada pelo Decreto N. 73.030, de 30 de outubro de 1973, sendo substituída pelo Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis – IBAMA, pela Lei N. 7735, de 22 de fevereiro de 1989, órgão vinculado à Secretaria do Meio Ambiente da Presidência da República. O IBAMA foi constituído pela fusão de quatro órgãos brasileiros que executavam isoladamente as políticas de pesca (Superintendência Desenvolvimento da Pesca - Sudepe), florestal (Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal – IBDF), da borracha (Superintendência da Borracha – Sudhevea) e a própria SEMA.

2. OMC condena países da EU por barreira a transgênico. **Valor Econômico**, 08 fev. 2006.

3. A “*International Organization for Standardization (ISO)* criou um sistema de normas que convencionou designar pelo Código ISO 14000, cujo objetivo geral é fornecer assistência para as organizações na implementação ou aprimoramento de um sistema de gestão ambiental (SGA)[...]. A norma ISO 14001 da série 14000 estabelece os requisitos de implementação e operação do sistema de gestão ambiental”. MARCONDES, S. **Brasil, amor à primeira vista! Viagem ambiental no Brasil do século XVI ao XXI**. São Paulo: Peirópolis, 2005: 272- 273.

4. O termo eco-eficiência foi apresentado pelo WBCSD na Rio 92 como o melhor termo que exprimia a meta de integrar eficiência econômica e eficiência ecológica.

5. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em 21 fev. 2006.

6. Código de Ética da CVRD.

7. Conforme declaração da empresa. Disponível em: <<http://www.cvr.com.br>>

8. As normas ISO 14000 são voluntárias e concebidas como um sistema orientado para aprimorar o desempenho da organização por intermédio da melhoria contínua de sua gestão ambiental, sem a pretensão de impor índices e valores mínimos. A Norma ISO 14001 da série 14000 estabelece requisitos de implementação e operação do sistema de gestão ambiental. Sua utilização é um meio de garantir às empresas uma administração eficaz e eficiente dos assuntos ambientais (MARCONDES, 2005: 273).

9. Disponível em <http://www.cvr.com.br>. Acesso em 19 jun. 2006

10. A FUNDAÇÃO Vale do Rio Doce atua, desde 1998 como agente social da CVRD. A Gazeta, Vitória, 25 de jan. 2006.

11. CONHEÇA as empresas que mais investem no social. A Gazeta, Vitória, 15 jan. 2006, p.27.

12. SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE. **I Seminário Municipal Sobre Termo de Compromisso: Poluição Industrial e Seu Controle:** Jun. 1994.

13. Produto parafínico aplicado como spray na superfície das pelotas formando uma película protetora que reduz significativamente a emissão de poeira

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

ALMEIDA, Luciana. *Política Ambiental: Uma Análise Econômica*. Ed. Unesp, 1988.

ASCELRALD, Henri. Políticas ambientais e construção democrática. In: VIANA, G.; SILVA, M.; DINIZ, N. (Org.) *O Desafio da Sustentabilidade: um debate socioambiental no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

COMPANHIA VALE DO RIO DOCE. *Investimentos Socioambiental* (de 2001 a 2005).

\_\_\_\_\_. *Gestão Ambiental Espírito Santo 2004*. CVRD, 2004.

DALCOMUNI, Sonia M. *Dynamic Capabilities for Cleaner production Innovation: The Case of Market Pulp Export Industry in Brasil*. Dphil. SPRU Brighton. 1997.

LUSTOSA, Maria C.; CÁNEPA, Eugênio M.; YOUNG, Carlos E. F. Política Ambiental. IN: MAY, P.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. (Org.) *Economia do Meio Ambiente: teoria e prática*. São Paulo: ED. Campus, 2003: 135-154.

LUSTOSA, Maria. Industrialização, Meio Ambiente, inovação e Competitividade. In: MAY, P; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V (Org). *Economia do Meio Ambiente: teoria e prática*. São Paulo: Ed. Campus, 2003: 155-172.

MARCONDES, S. *Brasil, amor à primeira vista! Viagem ambiental no Brasil do século XVI ao XXI*. São Paulo: Peirópolis, 2005: 272- 273.

PORTER, Michael; van der LIND, Claas. Verde e Competitivo: acabando com o impasse. In: PORTER, M. Van der LIND. *Competição: Estratégias Essenciais*. 3. ed. Editora Campus, 1995.

PORTER, Michael; KRAMER, Mark R.; A vantagem competitiva da filantropia corporativa. IN: *Ética e Responsabilidade Social nas Empresas*. Harvard Business Review. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005: 134-16.

SECRETARIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE. *I Seminário Municipal Sobre Termo de Compromisso: Poluição Industrial e Seu Controle*: Jun. 1994.

TRIGUEIRO, André. Meio Ambiente na Idade Mídia. IN: Trigueiro, A. (Coord.) *Meio Ambiente no Século 21: 21 especialistas falam da gestão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.