



**EMPRESA E CIDADE HOJE:
projetos sociais**

*Prof. Cláudia Tavares Ribeiro
Série Estudos e Debates Nº 17
Dezembro 1996*

SÉRIE ESTUDOS & DEBATES

Nova Série

A Série Estudos e Debates, publicação do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - IPPUR, divulga trabalhos inéditos no campo do Planejamento Urbano e Regional. As opiniões emitidas nos textos são de inteira e exclusiva responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente o ponto de vista do IPPUR.

Corpo Editorial:

Luiz Cesar de Queiroz Ribeiro

Pedro Abramo Campos

Henri Acselrad

Coordenação de Documentação e Divulgação:

Luiz Cesar de Queiroz Ribeiro - Coordenador

Leila Albertin Piccoli - Assistente de Coordenação

Ana Lucia Ferreira Gonçalves - Bibliotecária Chefe

Direção:

Hermes Magalhães Tavares - Diretor

Jorge Luiz Alves Natal - Coordenador de Ensino

Rainer Randolph - Coordenador de Pesquisas e Projetos

Luiz Cesar de Queiroz Ribeiro - Coordenador de Documentação e Divulgação

Colaboraram na produção deste trabalho:

Carlos César Passos de Mello - Assistente do CEPED

Maria Luiza Jardim - Bibliotecária

Josemar do Espírito Santo - Setor de Reprografia

Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional - IPPUR

Prédio da Reitoria, 5º andar, sala 543

Cidade Universitária - Ilha do Fundão

Cep: 21910-240 - Rio de Janeiro - RJ.

Tels: (021)590.1191 / 290.2112 ramais: 2748 / 2755 - Fax: (021)230.4046

R484e

Ribeiro, Claudia Tavares

Empresa e cidade hoje : projetos sociais / Claudia Tavares Ribeiro.

-- Rio de Janeiro : UFRJ/IPPUR, 1996.

16p. : 30cm. -- (Série Estudos e Debates; n. 17)

Bibliografia: p. 12-14.

1. Empresas - Aspectos sociais. 2. Responsabilidade social da empresa.

I. Título II. Série.

CDD - 306.3

Apresentação

Esse texto resulta de algumas reflexões realizadas, ao longo do ano de 1994, no sentido da elaboração do projeto de doutorado *Empresa e pobreza nas cidades brasileiras: projetos "sociais"*, a ser desenvolvido para obtenção do grau de Doutor em Planejamento Urbano e Regional, no Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Trata-se de uma primeira explicitação de idéias em torno do tema; especificamente, da apresentação de hipóteses explicativas, não excludentes, para a multiplicação de projetos empresariais de "caráter social", que ocorre a partir da década de 80, nas grandes cidades brasileiras.

Introdução

Em meados da década de 70, o planejamento centralizador e autoritário desenvolvido pelo Estado brasileiro desde 1964 e seus resultados práticos começam a sofrer uma série de críticas de analistas, técnicos e segmentos organizados da população, dentre outras razões, por sua incapacidade de solucionar os problemas sociais gerados pelos processos de urbanização e metropolização brasileiros¹.

¹ Entende-se por urbanização, a manifestação histórica concreta, organizada no espaço, de um processo de desenvolvimento e mudança social que tem nas cidades sua expressão particular (GONÇALVES, 1989). Esse processo foi conduzido por uma importante atuação do Estado. Nele, a indústria veio a representar a principal base produtiva e o aparato tecnoburocrático e militar se constituiu em esteio da maximização do poder (DAVIDOVICH, 1987)

Nesse contexto, movimentos associativos ganham visibilidade pública e importância política nas áreas urbano-metropolitanas brasileiras; partidos de oposição e grandes instituições sociais (como as várias igrejas) envolvem-se com a problemática social levantada pelos movimentos; e a formulação de propostas para o enfrentamento dessa problemática desloca-se para os governos municipais e para outros segmentos organizados da sociedade.

Em um primeiro momento, constata-se uma valorização político-social do poder local (municipal) e da participação popular na gestão pública. Os governos municipais aparecem como os interlocutores políticos mais visíveis, percebidos pela população como responsáveis pela solução de seus problemas mais imediatos, e sua reestruturação como condição necessária para tal solução. Tem início a descentralização do Estado e os municípios brasileiros experimentam novas formas de gestão².

No entanto, como “numa sociedade como a brasileira, caracterizada por profundas desigualdades, a amplitude dos direitos enunciados choca-se frontalmente com a estreita capacidade das administrações municipais para absorvê-los” (DANIEL, 1990:11), o diálogo das administrações com os diversos segmentos da sociedade é rapidamente tensionado e uma série de iniciativas privadas, com o objetivo explícito de enfrentar os problemas sociais que se manifestam, de forma exemplar, nas grandes cidades, são desenvolvidas. Dentre elas, as iniciativas empresariais, que variam de apoios financeiros a projetos comunitários já existentes à elaboração e execução de projetos específicos.

² Uma descrição sumária desse processo pode ser encontrada em RIBEIRO (1990).

A proliferação de iniciativas empresariais de "caráter social" nas grandes cidades brasileiras constitui objeto de reflexão desse trabalho. Afinal, não é comum ver empresas preocupando-se em contribuir para atenuar problemas sociais, e sim com a geração e obtenção de lucros.

As perguntas que se colocam são as seguintes: os investimentos de "caráter social" tornaram-se lucrativos para as empresas? Ou existem outros motivos e/ou razões para essa aparente mudança no comportamento empresarial?

Na impossibilidade de responder a primeira pergunta nesse momento, esse trabalho apresenta algumas hipóteses em torno dos possíveis motivos e/ou razões que tem levado as empresas a desenvolverem iniciativas de "caráter social".

A primeira hipótese elaborada, apresentada a seguir, partiu do estudo sobre o tema "Responsabilidade Social da Empresa", como ele é tratado no âmbito da literatura da área de conhecimento da Administração de Empresas.

As demais, fundamentam-se na bibliografia sobre políticas sociais no Brasil e em um breve levantamento dos artigos e matérias sobre o tema, publicados no Jornal do Brasil.

Os projetos sociais das empresas nas grandes cidades brasileiras- iniciativas inspiradas na doutrina da responsabilidade social?

A "doutrina da responsabilidade social da empresa" tem sua origem no trabalho de BOWEN (1957), quando o tema é analisado em extensão e profundidade. A partir dessa obra, o tema adquiriu relevância nos meios acadêmicos e empresariais, transformando-se em objeto de seminários e cursos regulares nas universidades, bem como de encontros, simpósios e cursos de atualização para executivos, particularmente nos Estados Unidos e na Europa Ocidental (DUARTE & DIAS, 1986).

Os fundamentos da doutrina da responsabilidade social podem ser resumidos em três premissas presentes nas diversas conceituações de responsabilidade social existentes:

- o alcance da responsabilidade da empresa não se limita ao círculo dos acionistas;
- a natureza das responsabilidades da empresa é definida no âmbito das prescrições legais e também das obrigações morais ditadas pela ética;
- as empresas devem adequar suas responsabilidades às demandas sociais, num dado contexto sócio-econômico.

Essas premissas têm sido colocadas em prática de diversas formas, expressas nos seguintes modelos de comportamento empresarial, definidos pela literatura especializada como "modelos de Walton":

- modelo "familiar" - a empresa é concebida como uma família ampliada e, numa visão paternalista das relações de trabalho, concede vantagens aos seus empregados.
 - modelo "vendedor" - a empresa é concebida como tendo a função específica de obter os melhores bens e serviços demandados por seus cliente, ao menor custo e com a melhor qualidade possível, e nesse sentido, busca atender as demandas do mesmo.
 - modelo "investidor" - a empresa considera necessário atuar sobre aspectos que a médio e a longo prazo podem interferir no seu desempenho, tais como as demandas do ambiente. O objetivo, no entanto, é garantir a sobrevivência e a rentabilidade da empresa.
 - modelo "cívico" - a empresa é concebida como pessoa jurídica com atributos de cidadania, isto é, como tendo direitos específicos e obrigações correspondentes. Assim,
-

como todo bom cidadão, deve interessar-se por problemas comunitários e contribuir para sua solução.

- modelo "artístico" - a empresa é concebida como portadora de elementos criativos, dinâmicos e preparados para transformar a realidade social, seja aperfeiçoando o relacionamento entre as pessoas, incrementando o bem-estar e os aspectos morais e estéticos da vida humana.

Um outro modelo construído a partir da observação do comportamento das empresas é o modelo denominado por EELLS & WALTON (1974) de "metrocorporação". Nesse modelo, a empresa é vista como uma organização plurifuncional que conta com um vasto leque de participantes e de interesses a serem equilibrados, cabendo aos administradores promover o bem-estar de seus vários constituintes, em diversos domínios.

Estariam os projetos sociais das empresas, objetos de nosso estudo, inspirados em alguns desses modelos ("investidor" ou "cívico", por exemplo)? Essa constitui a primeira hipótese a ser testada: os investimentos em projetos sociais das empresas decorrem de novos raciocínios econômicos, orientados pela doutrina da responsabilidade social das empresas.

Essa hipótese, no entanto, não parece muito coerente com a história do comportamento empresarial "brasileiro" (aqui se incluem as empresas estrangeiras que atuam no Brasil), que até muito recentemente não esteve voltado para a satisfação de interesses que ultrapassam os próprios.

Assim, cabe apresentar uma segunda hipótese explicativa, elaborada a partir da inserção do tema na literatura sobre políticas sociais no Brasil.

Os projetos sociais das empresas - inovações nos modos de produzir e distribuir bens e serviços sociais nas cidades?

A literatura sobre políticas sociais no Brasil apresenta a década de 80 como sendo marcada, dentre outros aspectos, por uma série de transformações nas relações entre o Estado, as empresas e as organizações da "sociedade civil", ou, em outros termos, entre o Estado, o setor privado lucrativo e o setor privado não-lucrativo; transformações essas que resultaram de diversos fatores relacionados ao agravamento da crise econômica, mas, principalmente, à crise do Estado Desenvolvimentista e do regime autoritário e ao processo de democratização do país (FIORI, 1986; DRAIBE, 1993?).

Nesse período ganham maior visibilidade: as propostas e experiências de descentralização político-administrativa do Estado, com suas fortes vertentes de municipalismo e de localismo; a proliferação de organizações não-governamentais dando apoio logístico a movimentos reivindicatórios junto a autoridades de qualquer nível; a elevação do grau de participação popular em diferentes níveis do processo de decisão, elaboração e implementação de políticas; e uma série de inovações nos modos de produzir e distribuir os bens e serviços sociais.

Os projetos empresariais constituiriam, nesse contexto, inovações nos modos de produzir e distribuir bens e serviços sociais, que indicariam estar em desenvolvimento uma nova relação entre Estado, setor privado lucrativo e setor privado não-lucrativo? Essa é a segunda hipótese desse trabalho.

Mas que nova relação seria essa? Quais as suas características? Os projetos sociais empresariais estariam sendo desenvolvidos com o apoio do Estado, em parceria com o Estado ou a sua revelia? Eles se inserem em algum projeto mais amplo no sentido do reordenamento

das políticas sociais brasileiras ou constituem iniciativas empresariais isoladas? No caso de constituírem iniciativas isoladas, que resultados pretendem alcançar ?

A resposta às questões levantadas passa tanto pela identificação das propostas de reordenamento das políticas sociais brasileiras no contexto do debate em torno da reforma do Estado, quanto pela formulação de novas hipóteses explicativas.

Deixando para um próximo trabalho a apresentação de elementos que permitem o esclarecimento da relação entre projetos sociais empresariais e projetos mais amplos de reordenamento das políticas sociais brasileiras passa-se à apresentação de novas hipóteses.

Os projetos sociais das empresas nos jornais - filantropia empresarial, marketing institucional ou indicadores do desenvolvimento de um "terceiro setor" no Brasil?

Matérias publicadas recentemente no Jornal do Brasil nos fazem voltar às hipóteses de que: (i) esses projetos podem expressar raciocínios econômicos, orientados pela doutrina da responsabilidade social da empresa; (ii) esses projetos podem constituir inovações nas relações entre Estado, setor privado lucrativo e setor privado não-lucrativo no enfrentamento de problemas sociais visíveis nas grandes cidades brasileiras. Mas, por outro lado, nos indicam pelo menos três novas hipóteses explicativas para o seu desenvolvimento. Tais sejam:

- os projetos sociais das empresas constituem uma nova forma de filantropia empresarial;
- os projetos sociais das empresas expressam novos raciocínios econômicos orientados pelo marketing institucional;

- os projetos sociais das empresas constituem indicadores do desenvolvimento do "terceiro setor" no Brasil e, especialmente, no Rio de Janeiro.

A volta à hipótese da doutrina da responsabilidade social estar orientando os empresários no desenvolvimento de projetos sociais justifica-se pelos depoimentos do Gerente de Projetos Culturais e Comunitários da Shell - empresa que mantém um programa de atletismo para cinco mil crianças e adolescentes pobres no Rio e três mil em Brasília -, quanto da Gerente de Assuntos Institucionais da Xerox - empresa que construiu um hospital de emergência em Resende, investe na reforma de uma escola municipal no Rio de Janeiro e patrocina 1500 atletas mirins no Morro da Mangueira, pagando seus professores de educação física, sua alimentação e o atendimento médico-odontológico -, transcritos a seguir::

"Acreditamos que é com a responsabilidade social do empresariado que se pode resolver os grandes problemas sociais do país" (Jornal do Brasil, Cidade, p. 16, 12.12.94)

"As empresas têm obrigação de desenvolver a comunidade onde está instalada, onde moram seus fornecedores, clientes e funcionários" (op. cit.)

Já a volta à hipótese de que os projetos sociais das empresas podem constituir inovações nas relações entre Estado, setor privado lucrativo e setor privado não-lucrativo no enfrentamento de problemas sociais visíveis nas grandes cidades brasileiras bem como as novas hipóteses explicativas mencionadas encontram-se nos seguintes trechos retirados do Jornal do Brasil, seja pela sua negação, seja pela sua afirmação:

"Não é filantropia, muito menos mera estratégia de marketing institucional. Sem descambar para a prática assistencialista do *tudo pelo social*, as empresas privadas brasileiras estão deixando de lado a mentalidade de que essas questões são problemas

exclusivo do Estado e, junto com setores da sociedade civil, se engajam em projetos de apoio a comunidades pobres, preenchendo lacunas deixadas pelo poder público" (op. cit.)

"O Estado, a iniciativa privada e os cidadãos reunidos em benefício de causas sociais. Essa definição aparentemente ingênua representa um dos mais modernos conceitos econômicos surgidos no Brasil nos últimos anos: o terceiro setor, que movimenta hoje uma quantia ainda não calculada de dinheiro e tem no Rio um de seus principais pontos de crescimento" (Jornal do Brasil, Cidade, p. 13, 24.12.94)

Ainda que a autora não conheça suficientemente a literatura sobre a filantropia empresarial, o marketing institucional e o "terceiro setor" no Brasil, ela se permite concluir que tais hipóteses devem ser consideradas.

No sentido de qualificar esta conclusão, no que tange à hipótese de que os projetos sociais das empresas constituem uma nova forma de filantropia empresarial, cabe reproduzir as seguintes afirmações de LANDIM (1993:40):

"Finalmente, tem-se colocado na ordem do dia das novas alianças e novos contornos da ação sem fins lucrativos no Brasil a questão da mobilização de recursos empresariais (...) O Estado parece não ser muito promissor nos próximos anos quanto a recursos e a cooperação internacional para o Brasil - já de âmbito reduzido - também vem enfrentando problemas em função sobretudo das mudanças recentes no panorama internacional.

Não há estudos sobre a história de uma 'filantropia empresarial' no Brasil, um país em que o mercado e a indústria se desenvolveram tardiamente e a ação social dos 'homens de bem' se fez sobretudo e durante séculos principalmente através da Igreja. Estudos recentes sobre as tendências atuais da filantropia empresarial revelam, no entanto, que esta é expressiva e vem crescendo significativamente nos últimos anos: 'Não há dados consistentes que mostrem as tendências no número de empresas participantes ou nos valores agregados de seus donativos. Contudo, há fortes indícios de que o número de

empresas envolvidas em alguma forma de filantropia é considerável. Por exemplo, nos últimos 11 anos, cerca de 500 empresas participaram do concurso anual ECO da Câmara Americana de Comércio que concede prêmio à execução de destacados programas comunitários empresariais' (ARCO, 1993, p.3)".

No que tange à hipótese de que os projetos sociais das empresas fazem parte das iniciativas do chamado "terceiro setor", cabe afirmar que essa hipótese só tem sentido se por iniciativas do "terceiro setor" compreender-se as iniciativas privadas de benefício público cujo objetivo não é o lucro (LANDIM, 1993:5). Cabe ressaltar, no entanto, que nem sempre o conceito de "terceiro setor" é entendido como incluindo iniciativas de empresas. Pelo contrário, a tendência é a exclusão das empresas desse conceito, como demonstra a definição de Miguel Darcy de Oliveira, co-diretor do Comitê Executivo de Civicus - Aliança Mundial para a Participação dos Cidadãos, no prefácio de FERNANDES (1994: 11):

"Iniciativas privadas que não visam ao lucro; iniciativas na esfera pública que não são feitas pelo Estado. Nem empresa, nem governo, mas sim cidadãos participando, de modo espontâneo e voluntário, em um sem-número de ações que visam ao interesse comum.

Ao Norte e ao Sul do planeta, homens e mulheres, nos últimos anos, têm criado e ampliado seus espaços de liberdade e de participação. Em contraponto à lógica do poder que prevalece nas relações entre Estados e à lógica do lucro que orienta a ação das empresas no mercado, iniciativas empreendidas por cidadãos afirma o valor da solidariedade. Um *terceiro setor* - não-lucrativo e não-governamental - coexiste hoje, no interior de cada sociedade, com o setor público estatal e com o setor privado empresarial."

Por fim, a justificativa para também considerar-se plausível relacionar os projetos sociais das empresas a estratégias de marketing institucional reside no seguinte: nos últimos tempos a atuação das empresas tem sido muito questionada por diversos segmentos da sociedade, o que vem exigindo, cada vez mais, que as mesmas demonstrem sua utilidade social e a contribuição

que trazem para o bem comum, definam suas finalidades de maneira mais explícita e ultrapassem a concepção segundo a qual o lucro é o único indicador de sua utilidade pública (DUARTE & DIAS, 1986). Os projetos sociais constituiriam uma forma de melhorar a imagem das empresas.

Os projetos sociais das empresas - uma estratégia de sobrevivência frente ao agravamento da violência urbana?

Uma última hipótese digna de consideração é a que relaciona os projetos sociais das empresas ao agravamento da violência urbana.

A partir dos anos 80, a questão da violência urbana ganha importância progressiva para aqueles que vivem e trabalham nas grandes cidades brasileiras, para aqueles que tem essas cidades como objetos de estudo, de gestão político-administrativa ou de investimentos.

Sejam quais forem as explicações para o agravamento da violência nas grandes cidades do país - normalmente ele é apresentado como consequência das crises social e urbana brasileiras -, o fato é que essa violência vem ameaçando cotidianamente não apenas a vida de seus moradores, inclusive dos que possuem renda mais alta (vide aumento significativo do número de seqüestros) (COELHO, 1987), como o sucesso de muitos investimentos econômicos (vide queda do turismo no Rio de Janeiro nos últimos anos, excluindo este) - exigindo, por uma questão de sobrevivência física e econômica, a mobilização de toda a sociedade no sentido da busca de soluções.

Segundo o sociólogo HERBERT DE SOUZA (1993), "existe uma consciência cada vez maior da sociedade de que nós chegamos a alguns limites insuportáveis. Toda essa onda que houve ano passado sobre a questão da violência era uma consequência direta disso. Há uma consciência

de que nós não podemos evoluir para viver em *bunkers*, principalmente quando eles são cercados por milhões. As classes dominantes podem ir para Miami, sei lá, mas para continuar a viver aqui, você tem que levar o país a sério".

Nesse contexto, os projetos sociais das empresas constituiriam tentativas desesperadas de contribuir para a solução de problemas que vem limitando tanto a liberdade de ir e vir quanto as possibilidades de lucro dos empresários.

À guisa de conclusão

As diversas hipóteses levantadas para dar conta do objeto da reflexão indicam tanto a sua complexidade quanto a necessidade de ir a campo para investigação.

Somente a partir de pesquisa de campo será possível identificar em que consistem esses projetos e se estes constituem produtos de iniciativas empresariais calcadas:

- na expectativa de lucro;
 - em raciocínios econômicos fundamentados na doutrina da responsabilidade social da empresa;
 - em projetos políticos e sociais mais amplos de reordenamento das políticas sociais brasileiras, voltados para o estabelecimento de novas relações de parceria entre o Estado, o setor privado lucrativo e o setor privado não-lucrativo, no enfrentamento dos problemas sociais, urbanos;
 - em raciocínios econômicos fundamentados no marketing institucional;
-

- na adesão à concepção de que é necessário contribuir para o desenvolvimento de um "terceiro setor" no Brasil, caracterizado por iniciativas privadas de benefício público cujo objetivo não seja o lucro;
- na idéia e nas práticas da filantropia empresarial;
- no medo da violência urbana;
- em todas essas razões ou em motivos, razões e objetivos ainda não considerados.

Referências bibliográficas

BOWEN, HOWARD R. (1957)

Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

COELHO, EDMUNDO CAMPOS (1987)

A criminalidade urbana violenta. Rio de Janeiro: IUPERJ. (Série Estudos n. 60)

DANIEL, CELSO (1990)

As administrações democráticas e populares em questão. **Espaço & Debates**, São Paulo, v. 10, n. 30, p. 11-27.

DAVIDOVICH, FANY (1987)

Transformações do quadro urbano brasileiro: período 1970-1980. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, ano 49, n. 4, out./dez.

DRAIBE, SONIA

(1988) *O Welfare State no Brasil: características e perspectivas.* Trabalho apresentado nos Grupos de Trabalho *Política e Economia e Políticas Públicas*, no XII Encontro Anual da ANPOCS, realizado em Águas de São Pedro.

(1989) *As políticas sociais brasileiras: diagnósticos e perspectivas*. IPEA, **Para a década de 90** - prioridades e perspectivas de políticas públicas. Brasília, IPEA. pp. 1-66.

(1993) *Qualidade de vida e reformas de programas sociais: o Brasil no cenário latino-americano*. Lua Nova, Revista de Cultura e Política, n. 31, pp. 5-46,.

(1993?) *As políticas sociais e o neoliberalismo*. Revista USP, São Paulo, n. 17, pp. 86-101.

DUARTE, GLEUSO DAMASCENO & DIAS, JOSÉ MARTINS (1986)

Responsabilidade Social: a empresa hoje. Rio de Janeiro; São Paulo: LTC - Livros Técnicos e Científicos: Fundação Assistencial Brahma.

EELLS, RICHARD & WALTON, CLARENCE (1974)

Conceptual Foundations of Business. 3rd ed. Homewood, Richard D. Irwin.

FERNANDES, RUBEM CESAR (1994)

Privado, Porém Público: o terceiro setor na América Latina. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FIORI, JOSÉ LUÍS

(1986) *A Crise do Estado Desenvolvimentista no Brasil - uma hipótese preliminar*. Rio de Janeiro: UFRJ/Instituto de Economia Industrial. (Texto para Discussão n. 88)

(1989) *Brasil: uma transição democrática com crise orgânica do Estado*. Rio de Janeiro: UFRJ/IEI. (Texto para Discussão n. 195)

(1990) *Para Repensar o Papel do Estado Sem Ser um Neo-liberal*. Rio de Janeiro: UFRJ/IEI. (Texto para Discussão n. 234)

(1991) *Democracia e Reformas: equívocos, obstáculos e disjuntivas*. Rio de Janeiro: UFRJ/IEI. (Texto para Discussão n. 262)

GONÇALVES, FLORA (1989)

Processo de urbanização no Brasil: delimitação de um campo de pesquisa. **Espaço & Debates**, São Paulo, v. 9, n. 28.

LANDIM, LEILAH (1993)

Para além do mercado e do Estado? Filantropia e cidadania no Brasil. Rio de Janeiro: ISER.

RIBEIRO, CLÁUDIA TAVARES (1990)

Da questão urbana ao poder local: o caso da Barra da Tijuca. Rio de Janeiro: IPPUR, 1990, 102 p. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional). Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

SOUZA HERBERT DE. (1993)

O país tem que mudar de rumo. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 1º caderno, p. 15, domingo 7/03/93.