



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACC
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE: A NOVA
REALIDADE NO MERCADO GLOBAL**

Autor: Henrique Sengès Coutinho Marques

RIO DE JANEIRO
2009

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE: A NOVA REALIDADE NO MERCADO GLOBAL

Henrique Sengès Coutinho Marques

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Ruthberg dos Santos

Rio de Janeiro
2009

RESPONSABILIDADE SOCIAL E SUSTENTABILIDADE: A NOVA REALIDADE NO MERCADO GLOBAL

Henrique Sengès Coutinho Marques

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em: ____/____/2009

Professor Orientador: Ruthberg dos Santos

Professor Avaliador: Paulo Roberto Falcão

Rio de Janeiro
2009

Dedico esta obra a meus pais, por me proporcionarem as ferramentas e apoio para que chegasse onde cheguei, e por todo o caminho que ainda irei percorrer. Pelo amor e amizade que me dão, sempre me confortando.

Dedico aos amigos que fiz nesta vida.

Dedico a Deus, por me iluminar e me proteger, dia após dia.

Agradecimentos

Ao meu Deus todo poderoso, que me guia e protege.

À proteção que Ele concede todos os dias a minha família, meus amigos e a mim.

A meus pais, minha vida e razão de existir.

Ao meu irmão Guilherme, companheiro em todos os momentos.

A minha grande família querida, unida por laços incapazes de serem desfeitos.

Ao meu avô Olavo, por ser para mim o espelho da dignidade e da vitória. Por ter me ensinado em célebres frases que "A vida é luta renhida, viver é lutar. É luta que aos fracos abate e aos fortes só faz exaltar."

A todos os verdadeiros amigos que fiz nesta vida. Amigos do Clube Naval, do Colégio Rio de Janeiro, da Escola Parque, da UFRJ, de todos os lugares que passei e ainda passarei. Vocês me dão gosto de viver e tornam meus dias mais felizes e divertidos. Contem comigo sempre e saibam que estão todas as noites em minhas preces.

Ao professor Ruthberg dos Santos, amigo sábio e divertido, por ter aceitado me orientar nesse desafio.

Aos amigos de FURNAS, que me fizeram enxergar esta nova realidade que se apresenta ao mundo, a Responsabilidade Social e Sustentabilidade.

“Uma noite eu tive um sonho...

Sonhei que estava andando na praia com o Senhor e, através do céu, passavam cenas da minha vida.

Para cada cena que se passava, percebi que eram deixados dois pares de pegadas na areia: um era o meu e o outro era do Senhor.

Quando a última cena da minha vida passou diante de nós, olhei para trás, para as pegadas na areia, e notei que muitas vezes, no caminho da minha vida, havia apenas um par de pegadas na areia.

Notei também que isso aconteceu nos momentos mais difíceis e angustiosos do meu viver. Isso aborreceu-me deveras e perguntei então ao Senhor:

– Senhor, Tu me disseste que, uma vez que resolvi te seguir, Tu andarias sempre comigo, em todo o caminho. Contudo, notei que durante as maiores atribulações do meu viver, havia apenas um par de pegadas na areia. Não compreendo por que nas horas em que eu mais necessitava de Ti, Tu me deixaste sozinho.

O Senhor respondeu:

– Meu querido filho. Jamais eu te deixaria nas horas de provas e de sofrimento. Quando viste, na areia, apenas um par de pegadas, eram as minhas. Foi exatamente aí que eu te carreguei nos braços.”

Margareth Fishback Powers – Do livro “Pegadas na areia”

Resumo

Marques, Henrique Sengès Coutinho. **Responsabilidade Social e Sustentabilidade: a nova realidade no mercado global**. Rio de Janeiro, 2009. Monografia (Graduação em Administração) – Departamento de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

O presente estudo visa à apresentação e compreensão de uma nova realidade que se apresenta aos mercados em todo o mundo e que está em constante transformação e crescimento. Não apenas as empresas estão abrindo os olhos para a necessidade de mudanças na forma de se fazer negócios, mas também todas as suas partes interessadas, os chamados *stakeholders* – o próprio público interno, seus fornecedores, clientes, governo federal, estadual e municipal, meio ambiente e a própria sociedade – estão descobrindo a importância de seus papéis nessa nova configuração. É cada vez mais evidente a preocupação com a construção de um mundo sustentável para a atual geração e para aquelas que virão. Os próprios consumidores estão despertando para o fato de que o ambiente que os cerca não está sendo preservado pelas indústrias, que tiram desse ambiente seus insumos sem contrapartida alguma. Os clientes estão passando a exigir produtos de empresas socialmente responsáveis, o que faz com que essas tenham que se adaptar a esse novo paradigma. Nesse sentido, o estudo também pretende abordar como essas organizações estão agindo de modo a se engajarem nessa realidade da Responsabilidade Social e da Sustentabilidade.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social; *Stakeholders*; Parceria; Adaptação; Normas; Sustentabilidade; Desenvolvimento Sustentável; *Triple Bottom Line*; Índices de Sustentabilidade.

SUMÁRIO

1. Introdução	9
1.1 Considerações iniciais	9
1.2 Relevância do estudo	9
1.3 Objetivo do estudo	11
2. Responsabilidade Social e seus impactos	13
2.1 Apresentação e conceituação	13
2.2 Evolução	14
2.3 Parcerias e prestação de serviços	15
2.4 Normas e certificações	17
3. O novo desafio da Sustentabilidade	21
3.1 Contextualização	21
3.2 Conceituação	22
3.3 Os stakeholders e sua interação	23
3.4 Cobrança por parte do público	24
3.5 O “triple bottom line”	25
3.6 Desenvolvimento Sustentável	26
3.7 Índices mundiais de Sustentabilidade e os Oito Objetivos do Milênio – ONU	27
4. Estudo de caso	30
4.1 Apresentação e contextualização	30
4.2 O Projeto FURNAS Digital	31
4.2.1 Introdução	31
4.2.2 Objetivos do Projeto FURNAS Digital	32
4.2.3 Metodologia aplicada	34
4.2.4 Abrangência e beneficiários	36
4.2.5 Impactos na qualidade de vida dos beneficiários	39
4.2.6 Resultados alcançados	40
4.2.7 Criatividade nas soluções apresentadas	42
4.2.8 Quesitos de avaliação	43
4.3 Considerações finais	44
5. Referências	46

1. Introdução

1.1 Considerações iniciais

É sabido que a sociedade capitalista contemporânea prioriza os ganhos, a geração de riquezas e, principalmente, a geração de valor. As grandes corporações multinacionais buscam expandir seus horizontes à procura de potenciais novos mercados, mas também estão sempre dando grande atenção à manutenção dos atuais mercados consumidores.

Nessa nova realidade, torna-se cada vez mais importante que a empresa saiba se reinventar. O cliente não quer mais saber apenas dos mesmos produtos ou serviços, das mesmas campanhas publicitárias ou slogans. Ele quer novidades, novas tecnologias, facilidades para seu dia-a-dia, seja na vida pessoal ou profissional.

Ao mesmo tempo em que esse consumidor se interessa pelo desconhecido, pelo avanço das ciências tecnológicas e pelo futuro, ele se vê servido de uma gama interminável de produtos criados e desenvolvidos a partir de algo que também o pertence. O ambiente que o cerca, de onde são retirados praticamente todos os insumos – naturais ou cognitivos – para aquilo que ele, no final da cadeia produtiva, irá comprar é na verdade propriedade do homem, e por ele deveria ser preservado.

1.2 Relevância do estudo

O despertar do cliente para essa realidade – uma realidade que sempre esteve presente em sua vida, mas que aos poucos chama sua atenção – cria uma

mudança de paradigma nas formas de se fazer negócio. Agora, mais do que nunca, tornou-se necessário que a empresa preste contas com a sociedade.

Na atual ordem econômica mundial, a questão social e ecológica surgiu com uma importância nunca antes vista. O consumidor passa a exigir produtos de empresas comprometidas com as questões sociais e que preservem o meio ambiente. E como sempre acontece quando o foco do negócio é no cliente, isso conseqüentemente faz com que as organizações tenham que se adaptar a ele.

Em muitos países, inclusive no Brasil, cada vez mais ganha espaço a discussão a respeito do papel de cada empresa como agente social no desenvolvimento da sociedade como um todo. As interações com seu público interno, seus fornecedores, clientes, com o governo, meio ambiente e a própria sociedade – os chamados *stakeholders* – permeiam o campo da responsabilidade de cada um destes sobre os demais.

Pensar na co-responsabilidade tornou-se, hoje, um diferencial na competitiva realidade do mercado. Muitas organizações pensam que essas preocupações com o meio em que estão inseridas são, além de uma imposição à sua sobrevivência, uma ótima oportunidade de agregar valor a suas marcas. A chamada “empresa cidadã”, caracterizada pela preservação de valores éticos, é vista com outros olhos pelos públicos com os quais se relaciona. Muito possivelmente, essa característica será determinante para o sucesso no mercado.

Percebe-se também, um crescimento exponencial dos estudos no campo da chamada Responsabilidade Social nos últimos anos. Muitas instituições surgiram com o intuito de estudar, aprofundar e difundir seu conceito. Um exemplo de prestigiado renome na sociedade brasileira e em âmbito internacional é o Instituto

Ethos de Responsabilidade Social, do qual um número bastante grande de empresas no país é filiada.

O elevado interesse por esse campo, no entanto, gerou uma mudança de paradigma. Agora pensa-se maior. As questões ambientais e econômico-financeiras endossaram as discussões sobre essa co-responsabilidade dos agentes sobre si mesmos e sobre os outros. A busca do desenvolvimento de toda a sociedade de forma sustentável a longo prazo levou à criação e difusão do novo conceito em voga no mercado atualmente: o de Sustentabilidade.

1.3 Objetivo do estudo

Muitas organizações, cientes de suas posições na sociedade, colocam em prática uma série de ações sociais com o objetivo de desenvolver de maneira sustentável as comunidades de seu entorno. Muitas dessas ações tornam-se exemplos de sucesso.

O presente estudo tem como objetivo apresentar essa nova realidade que se configura, através da Responsabilidade Social, onde a Sustentabilidade é o pilar central sobre o qual as organizações deverão basear seus negócios. Além disso, também se buscará entender como as empresas estão fazendo para se adaptarem a esse novo paradigma.

Para que tal objetivo fosse alcançado, foi realizada uma ampla pesquisa bibliográfica, em documentos como o Balanço Social de FURNAS Centrais Elétricas S.A., além de sites especializados nos temas de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade. Tudo isso visando buscar fundamentos teóricos e práticos – como

a apresentação do estudo de caso no presente trabalho – para uma boa compreensão do tema proposto.



Fonte: <http://tibexa.wordpress.com/2008/04/03/a-onda-verde-responsabilidade-social-ou-novo-mercado/>

2. Responsabilidade Social e seus impactos

2.1 Apresentação e conceituação

A Responsabilidade Social é hoje um tema de extrema importância para toda e qualquer empresa. Desde pequenas e médias, que atuam localmente e sem imensas margens de lucratividade, até as empresas de grande porte, cujas influências podem ser no âmbito nacional ou até mundial. Trata-se de uma realidade: ela impacta nos objetivos, nas estratégias, em sua atuação e até na razão de ser da empresa.

O tema é muitas vezes interpretado erroneamente como filantropia. Essa última tem como objetivo trazer alguma maneira de confortar os desvalidos, principalmente em países de população carente, como no Brasil (GRAJEW, 2002). Trata-se de uma prática importante nas sociedades, porém, de caráter meramente paliativo diante da terrível situação social em que se encontram milhares de famílias por todo o mundo. Devido a sua característica episódica e temporária, a filantropia não serve como substituta às políticas públicas de zelo pelas condições humanas.

Já o termo “Responsabilidade Social” parte para outro campo de atuação. A constância das ações envolvidas nesse processo é um diferencial da prática da filantropia. A idéia de ser socialmente responsável permeia o campo da continuidade, da presença influenciadora da organização nas comunidades do seu entorno ou até mesmo em toda a sociedade, melhorando a condição de vida das pessoas que ali habitam, proporcionando novas oportunidades de crescimento pessoal e profissional, visando à melhoria contínua da condição humana. A ação da Responsabilidade Social propriamente dita preconiza que quem recebe seus

benefícios está evoluindo; a Responsabilidade Social não se prende ao presente, vai além: transforma para melhor o futuro de quem a recebe (CHELEGON, 2008).

2.2 Evolução

Tão importante quanto a compreensão do conceito de Responsabilidade Social é entender como se deu a evolução do mesmo.

A Responsabilidade Social tinha, em seus primórdios, a característica de prestação de contas: a justificativa, por parte da organização, da própria atuação perante os públicos envolvidos. A empresa era vista como uma entidade instituída por seus investidores e acionistas, com o único objetivo de gerar lucros financeiros. Essa visão mudou radicalmente nos últimos anos.

Hoje, inseridas em uma realidade onde a preocupação com o ambiente interno e externo à empresa ganha importância nunca antes vista, as empresas se viram obrigadas a mudar seus papéis fundamentais. Vê-se que os ambientes nos quais elas estão inseridas são determinantes para a sua existência. Sem os recursos que esses ambientes provêm, as organizações estariam fadadas ao fracasso.

Nesse novo contexto, a postura a ser adotada por elas caminha para a promoção da sustentabilidade da sociedade como um todo, o que será tratado no capítulo sobre Sustentabilidade. No entanto, no momento em que a Responsabilidade Social cresce e se desenvolve no mundo empresarial, cresce também a busca pela adoção de valores éticos e pela ampliação da atuação das mesmas.

2.3 Parcerias e prestação de serviços

Muito se discute em relação à participação das organizações na prestação de serviços que, em tese, seriam de responsabilidade do governo. Diversos serviços públicos, na sua grande maioria ineficientes na realidade de países como o Brasil, passam então a figurar como oportunidades de contribuição efetiva das organizações no progresso e desenvolvimento da sociedade. A parceria público-privado é uma realidade em muitos países, e deve ser também para o Brasil. Onde não há dinheiro ou estrutura suficiente para a correta execução das ações do governo, é extremamente interessante a construção dessas parcerias. Dessa forma, promove-se o bem para a população, além da promoção da própria empresa.

Outra prática interessante de Responsabilidade Social por parte das organizações é a oferta de serviços para a comunidade do seu entorno, afetadas ou não pelas atividades da mesma. As chamadas “ações de cidadania”, praticadas por uma série de empresas e organizações industriais em parceria, agrega conhecimento, cidadania e civismo às comunidades. Nestes eventos, geralmente realizados semestralmente, muitos serviços de saúde, lazer, educação e justiça são oferecidos em um mesmo espaço. Alguns exemplos estão explicitados a seguir:

AÇÕES DE CIDADANIA	
ÁREA	SERVIÇOS
SAÚDE	<ul style="list-style-type: none"> • Consultas médicas; • Vacinação; • Medição do colesterol, da pressão arterial, etc; • Orientação para a prevenção de doenças e do uso abusivo de drogas; • Prevenção de doenças bucais com aplicação de flúor, distribuição de kits de higiene dental e escovação orientada; • Exames de vista, de tipo sanguíneo, etc; • Planejamento familiar (incluindo prevenção de gravidez precoce); • Distribuição de preservativos;

EDUCAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivo à educação infantil, ensino fundamental, ensino médio; • Incentivo ao retorno de adultos aos estudos; • Livros e salas de leitura; • Oficinas pedagógicas; • Oficinas de teatro; • Jogos educativos;
LAZER	<ul style="list-style-type: none"> • Importância de praticar esportes para melhorar a qualidade de vida da população; • Jogos e torneios esportivos; • Oferta de sessões de ginástica; • Shows;
CONSCIÊNCIA SOCIAL E JURÍDICA	<ul style="list-style-type: none"> • Emissão de documentos como carteira de identidade, CPF, certidão de nascimento, carteira de trabalho e título de eleitor; • Regularização da situação militar; • Aposentadoria; • Seguro desemprego; • Palestras educativas sobre o meio ambiente. • Combate ao desperdício de energia elétrica e água; • Prevenção de acidentes em casa e no trânsito; • Assistência jurídica; • Audiências de conciliação, julgamento, etc; • Separação judicial e divórcio; • Casamento civil; • Orientação da defesa do consumidor; • Direitos da criança e do adolescente.

Fonte: <http://acaoglobal.globo.com/AcaoGlobal/0,,17133,00.html>

Como se pode observar, a gama de serviços prestados em ações pontuais à comunidade é muito grande, podendo ser maior e ter um melhor aproveitamento, quando bem executadas.

No entanto, mesmo dentro dessa realidade socialmente consciente, existem situações que podem vir a ser negativas. Cabe atentar para o fato de que essas parcerias devem ser constantemente monitoradas e avaliadas. Infelizmente existem organizações que vêem nessas possibilidades de parceria uma oportunidade de estarem suficientemente próximas do seu mercado consumidor a ponto de conseguirem estudá-lo e influenciá-lo. O simples fato de estudar o mercado, quando feito de forma ética, não prejudica essa parceria. Já a intenção de influenciá-lo, de

forma a transformar a imagem da empresa em algo endeusado ou reverenciado, certamente estará fora dos limites éticos e deverá ser combatida.

As atuações das organizações frente à sociedade – tanto em ambiente micro quanto em macro – impactam diretamente na construção de uma imagem forte da mesma perante os diversos públicos – *stakeholders* – com os quais ela lida. A adoção de uma postura ética e pró-desenvolvimentista, assumindo compromissos com a sociedade, certamente resultará em um diferencial competitivo.

Tal fato se confirma através de pesquisas de mercado nesse campo. Elas mostram que os consumidores tendem a valorizar e preferir produtos e serviços de empresas socialmente responsáveis, além de valorizarem comportamentos nesse sentido.



Fonte: <http://midia4producao.blogspot.com/2009/04/responsabilidade-social.html>

2.4 Normas e certificações

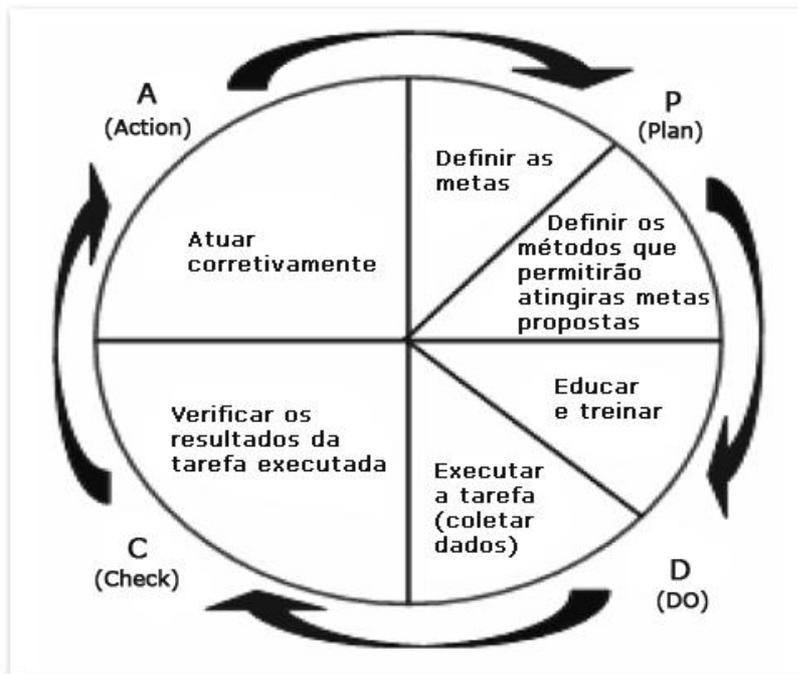
O crescimento contínuo da importância do tema Responsabilidade Social nos últimos anos levou à necessidade da criação de normas para conduzi-lo e orientar

novas potenciais organizações que desejem seguir seu caminho, além daquelas que já o fazem.

Outro resultado visível é o aparecimento de diferentes certificações relacionadas ao tema. Grande parte das empresas praticantes da Responsabilidade Social reivindica tais certificações, o que gerou um movimento de entidades nacionais e internacionais importantes e organizações não governamentais nesta direção.

Um exemplo de norma importante em contexto nacional é a NBR 16001 da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. Lançada em 2004, tornou-se reconhecida internacionalmente pelas suas características marcantes.

Trata-se de uma norma sistêmica, bem planejada, que se preocupa mais com que a empresa crie um sistema de gestão de Responsabilidade Social eficaz. A NBR 16001 utiliza o conceito de que a Responsabilidade Social está associada à concepção de desenvolvimento sustentável, e que reflete nas suas três dimensões: econômica, ambiental e social. Tal norma está baseada na metodologia *PDCA* (*Plan, Do, Check and Act*) – Planejar, Fazer, Verificar e Atuar (CHELEGON, 2008).



Fonte: http://www.interfacehs.sp.senac.br/br/artigos.asp?ed=2&cod_artigo=31&pag=1

Outro exemplo muito importante e que possivelmente no futuro se tornará o instrumento balizador das ações de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade é a futura norma ISO 26000.

Idealizada pela conceituada ISO – *International Organization for Standardization*, a nova ISO 26000 está em processo final de elaboração pelos seus diversos *WG (Working Groups)* – Grupos de Trabalho – espalhados por todo o mundo, através de debates participativos e transparentes entre representantes das variadas partes interessadas. Sua elaboração leva anos para ser concluída, visto o tamanho de sua importância e complexidade.

É fundamental informar que tal norma, diferente daquelas das séries 9000 e 14000, não será certificável. Servirá como um guia de diretrizes para as organizações se adequarem à Responsabilidade Social e para que as partes interessadas – *stakeholders* – avaliem como as normas da nova ISO estão sendo aplicadas.

Pode-se perceber frente a todas as novidades apresentadas nesta nova realidade que o movimento organizacional em direção à Responsabilidade Social é cada vez maior. Se forem bem administradas, essas práticas de Responsabilidade Social poderão ainda resultar em fortes indicadores de sustentabilidade e rentabilidade para as empresas.

Observa-se também um aumento considerável de uma co-responsabilidade das diferentes partes envolvidas nesse processo, transformando o objetivo social em algo muito maior. Nesse sentido, surge um novo conceito, posterior à Responsabilidade Social e de características mais abrangentes e universais, envolvendo todas as partes interessadas. Tal conceito, crescentemente difundido no mundo dos negócios hoje é o de Sustentabilidade.

3. O novo desafio da Sustentabilidade

3.1 Contextualização

O mundo muda constantemente. A velocidade e a intensidade desse movimento de mudança nos dias de hoje surpreende a todos e já é inclusive tema de diversos estudos. A maioria das coisas que até ontem existiam e aparentavam ser sólidas suficientes para suportar mudanças bruscas, hoje já não existem mais, ou tiveram que ser adaptadas para que funcionassem melhor.

Nesse contexto, pode-se perceber que não apenas o mundo muda. Assim como ele, também sofrem mudanças as empresas, o meio ambiente, a economia e as pessoas, que são obrigadas a rever seus conceitos sobre o mundo. Nesse sentido, a configuração dos negócios precisa ser constantemente revista, buscando sua atualização. A busca incansável do lucro por parte das organizações, sem pensar nas conseqüências de suas ações, pode ser crucial para a futura existência das mesmas, assim como de todo o ambiente que a cerca.

Dessa forma, tornou-se fundamental, em meio à dinamicidade do mundo atual, a necessidade de reflexão. Refletir sobre o real papel dos agentes econômicos – qualquer entidade que pertença e atue no atual sistema econômico, seja ela pessoa, empresa ou governo – na construção e preservação de um mundo melhor para as gerações atuais e futuras. É necessário implantar novas soluções para os velhos e novos problemas. Soluções capazes de garantir um desenvolvimento perene para o presente e o futuro.

Pensar no futuro é pensar em manter, preservar, zelar pelo bem do próximo e do ambiente no qual se vive. É procurar caminhos para que todo o complexo

produtivo se desenvolva e se sustente, hoje e ao longo dos próximos anos. Dessa forma, surgiu nos últimos anos o conceito de Sustentabilidade, que vem para tentar redefinir os rumos dos negócios, das organizações e da economia como um todo.

3.2 Conceituação

Muitos consideram a Sustentabilidade como substituta ao conceito de Responsabilidade Social. No entanto, isso é incorreto. A Sustentabilidade, na verdade, se trata de uma extensão da segunda, uma evolução e agregação de conceitos. Ela engloba a Responsabilidade Social e mais uma série de conceitos e práticas já existentes e outras que deverão ser adotadas, visando a um mundo sustentável ambientalmente, socialmente e economicamente.

O termo Sustentabilidade surgiu através do programa da Organização das Nações Unidas – ONU, a Agenda 21. Atualmente, a ONU assumiu seu papel de liderança e difusora do conceito e incentivo às práticas sustentáveis. Ela define Sustentabilidade como sendo:

O atendimento das necessidades das gerações atuais, sem comprometer a possibilidade de satisfação das necessidades das gerações futuras. (ONU, 1987)

Isso envolve os aspectos sociais, ambientais e econômicos da sociedade, em âmbitos local e global.

Na realidade, a idéia central da Sustentabilidade é de que toda a sociedade – inclusive os clientes das organizações engajadas nas causas sustentáveis – valorizem as iniciativas comprometidas com a preservação do meio ambiente, com o

desenvolvimento da comunidade, com a Responsabilidade Social e com a manutenção dos negócios da empresa de forma sustentável e não degradante.

3.3 Os *stakeholders* e sua interação

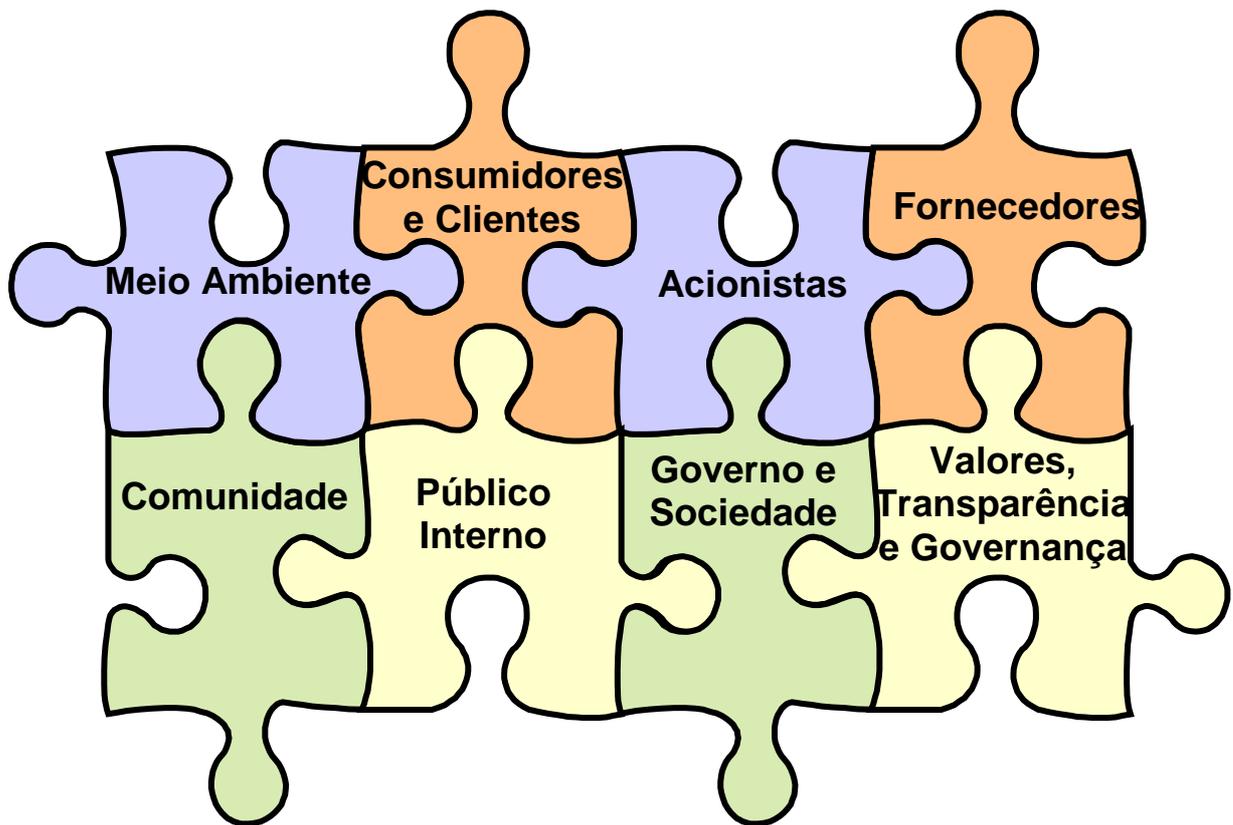
Os objetivos da Sustentabilidade são de tamanha grandeza que seria impossível atingi-los individualmente. Além disso, as atuações individuais e isoladas das organizações na busca por esses objetivos não se constituem na idéia central da Sustentabilidade. É necessário que haja união de todos os atores envolvidos no processo.

A interação entre os diversos *stakeholders* é de fundamental importância para o avanço das ações sustentáveis. A empresa, junto ao seu público interno, seus clientes, acionistas, fornecedores, governo e sociedade devem incorporar e comprometer-se com mudanças sustentáveis em todas as instâncias: social, ambiental e econômico-financeira, respeitando seus valores, priorizando a transparência e buscando um modelo de gestão calcado sobre os princípios da Governança Corporativa.

Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, o atual conceito desta é:

Sistema que assegura aos sócios-proprietários o governo estratégico da empresa e a efetiva monitoração da diretoria executiva. A relação entre propriedade e gestão se dá através do conselho de administração, a auditoria independente e o conselho fiscal, instrumentos fundamentais para o exercício do controle. A boa governança corporativa garante equidade aos sócios, transparência e responsabilidade pelos resultados (*accountability*). (IBGC, 1995)

Somente através da interação e do comprometimento com a mudança, de forma harmônica e respeitosa, pode-se esperar que os ideais da Sustentabilidade sejam difundidos e propagados, como uma “teia do bem”, ou como um grande quebra-cabeça.



Fonte: “FURNAS e a Sustentabilidade”, Profª Nísia Werneck, Fundação Dom Cabral. Set/2008

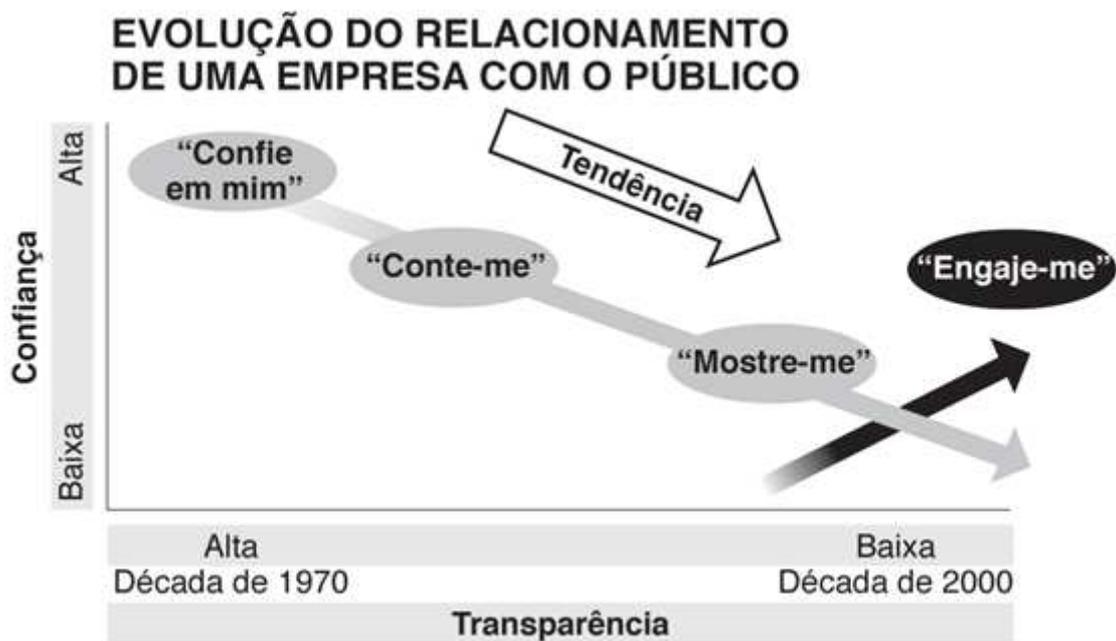
3.4 Cobrança por parte do público

As mudanças no mundo não envolvem unicamente as empresas em geral. Como foi dito anteriormente, o consumidor está se tornando mais exigente e preocupado com o mundo em que vive.

É imprescindível que as organizações atentem para os verdadeiros objetivos e implicações de seus projetos. Para ser sustentável, um empreendimento deve ser

viável economicamente, ecologicamente correto, atender às necessidades da sociedade e ser culturalmente aceito por ela.

O público com o qual a empresa lida está cada vez mais atento e exigindo transparência em suas ações. Pode-se perceber que a taxa de confiança depositada nas organizações caiu drasticamente nos últimos anos. Contrariamente a essa tendência, surge ao mesmo tempo uma nova força do público exigindo seu engajamento nas ações das organizações, conforme o gráfico.



3.5 O “triple bottom line”

Não se pode falar em Sustentabilidade sem frisar a importância do chamado “triple bottom line”, também conhecido recentemente por 3Ps – *People, Planet and Profit*.

Termo muito em voga nas discussões internacionais sobre Sustentabilidade, desenvolvido pela consultoria inglesa *SustainAbility*, ele é utilizado para refletir todo um conjunto de valores, objetivos e processos que uma companhia deveria focar com o objetivo de criar valor econômico, social e ambiental (ELKINGTON, 1997) e, através desse conjunto, minimizar qualquer dano resultante de sua atuação.

De acordo com esse “tripé” conceitual, passa-se a reconhecer que a sociedade depende da economia e esta última depende do ecossistema global, cuja saúde representa o “*bottom line*”.

Por se tratar de uma expressão idiomática, não existe ainda uma tradução adequada para o termo, mas muitas vezes utiliza-se o termo “tripolaridade”.

3.6 Desenvolvimento Sustentável

Nos últimos anos, antes mesmo do *boom* da Sustentabilidade, muito se falava em Desenvolvimento Sustentável. Com o crescimento e evolução do conceito, pode-se perceber claramente hoje que este último é parte integrante e indissociável do primeiro.

O Desenvolvimento Sustentável surgiu como um problema meramente governamental, envolvendo a conciliação do desenvolvimento do país com a preservação do meio ambiente.

Na realidade, o termo Desenvolvimento Sustentável define as práticas de desenvolvimento que atendem às necessidades presentes, sem comprometer as condições de sustentabilidade das gerações futuras. Seus princípios consideram as necessidades, sobretudo aquelas essenciais, das populações mais pobres, além das limitações que a tecnologia e a organização social impõem ao meio ambiente,

restringindo a capacidade de atender às necessidades presentes e futuras. Em sentido amplo, a estratégia de Desenvolvimento Sustentável visa à promoção da harmonia entre os seres humanos e entre estes e a natureza.

3.7 Índices mundiais de Sustentabilidade e os Oito Objetivos do Milênio – ONU

Pode-se perceber hoje um grande aumento da preocupação e do envolvimento de importantes instituições mundiais com a Sustentabilidade. Organismos certificadores internacionais, importantes bolsas de valores do mundo, a ONU, entre outros desenvolvem certificações e indicadores para premiar e reconhecer organizações com práticas sustentáveis e comprometidas com o desenvolvimento econômico, social e ambiental.

Alguns exemplos mundialmente conhecidos de indicadores econômicos em bolsas de valores são o *Dow Jones Sustainability Index – DJSI*, da Bolsa de Valores de Nova York (New York Stock Exchange - NYSE); Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE, da Bolsa de Valores de São Paulo – Bovespa.

Tratam-se de índices que medem o desempenho de carteiras de ações de empresas socialmente responsáveis e engajadas com a Sustentabilidade. Para fazer parte dessas carteiras, as empresas são obrigadas a responder a longos questionários, nos quais cada resposta exige comprovação.

Instituições particulares e revistas conceituadas também concedem prêmios e selos para empresas sustentáveis e socialmente responsáveis. É o caso, por exemplo, do Guia EXAME de Sustentabilidade, promovido pela Revista EXAME da Editora Abril, um dos mais conhecidos e respeitados anuários brasileiros, que

funciona como um “hall da fama” para as empresas do país. Fazer parte do seletivo grupo ali listado exige esforços e comprometimento por parte das organizações. Assim como nos casos dos índices citados anteriormente, também é necessário o preenchimento de um questionário e comprovação do que ali foi dito.

A ONU ainda criou, baseada em um estudo sobre as maiores urgências da população mundial, oito metas sociais e ambientais em âmbito mundial. São os Oito Objetivos do Milênio a serem perseguidos pelas nações e organizações por todo o globo e atingidos até o ano de 2015. São eles:



Fonte:

<http://www.fieg.org.br/site/conteudo.php?id=186>.

1. Reduzir à metade a proporção da população com menos de US\$ 1/dia e os que tem fome;
2. Ensino básico completo para todas as crianças;
3. Promover a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres;
4. Reduzir em $\frac{2}{3}$ a mortalidade infantil (até 5 anos);
5. Reduzir em $\frac{3}{4}$ a taxa de mortalidade materna;
6. Inverter a tendência atual em HIV/AIDS, combater a malária e outras doenças;
7. Garantir a sustentabilidade ambiental (água e Desenvolvimento Sustentável em políticas nacionais);
8. Estabelecer uma parceira mundial para o desenvolvimento.

A busca constante pela Sustentabilidade é hoje uma realidade para as organizações e governos de todo o mundo. A crescente preocupação com o futuro da humanidade, tanto para a atual geração quanto para as gerações vindouras, deixa de ser um negócio e passa a se tornar condição imprescindível para a existência de algumas organizações.

Através de revistas, jornais, televisão, internet ou qualquer outro meio de comunicação, pode-se perceber a eminente ameaça à qual o planeta está sujeito, caso medidas drásticas não sejam tomadas agora.

Nesse contexto, a importância de se adotar uma estratégia sustentável, por parte das empresas, que contemple todos os seus *stakeholders* é algo fundamental e indispensável. Não só pelo bem da sociedade e do meio ambiente, mas também como condição para a continuidade de suas operações perante um mundo cada vez mais atento e preocupado com a sua própria existência.

4. Estudo de caso

4.1 Apresentação e contextualização

Em meio à constante evolução dos conceitos referentes à Responsabilidade Social e seus desdobramentos – dos quais a Sustentabilidade é o maior deles – e crescente preocupação do ser humano com relação ao futuro do planeta Terra, muitas empresas sentiram a necessidade de mudar. Algumas delas assumiram seu papel de destaque e já se tornaram líderes em questões referentes ao tema. Outras buscam continuamente uma melhoria sustentável nas práticas socialmente responsáveis e de promoção da cidadania e de melhores condições de vida para o público atingido por suas atividades e para a comunidade como um todo.

O presente estudo de caso visa a apresentar e analisar os impactos de um projeto social de grande alcance, que envolve a participação e parceria entre importantes *stakeholders* – empresa, governo e sociedade – buscando ilustrar o que foi apresentado ao longo do presente trabalho.

Trata-se de uma grande empresa do setor de energia elétrica no Brasil, líder nacional na geração, transmissão e comercialização de energia elétrica. FURNAS Centrais Elétricas S.A. é uma empresa estatal de capital misto, que atua nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Norte. É controlada pela estatal Eletrobrás – Centrais Elétricas Brasileiras S.A.

FURNAS busca atualizar-se constantemente frente à nova realidade, engajando-se em programas de Responsabilidade Social e de Sustentabilidade. Visto que o negócio da empresa afeta diretamente as comunidades no entorno de seus empreendimentos e o meio ambiente como um todo, tal engajamento é de

suma importância. Assim, valoriza-se a constante busca pelo “*triple bottom line*”, essencial para a minimização dos danos resultantes de sua atuação.

A construção de usinas hidrelétricas, termelétricas e até mesmo nucleares (como no caso da Eletronuclear – Eletrobrás Termonuclear S.A., outra empresa controlada pela *holding* Eletrobrás) causa uma série de impactos de grandes proporções, não só ambientalmente, mas também socialmente. A responsabilidade de uma empresa desse setor sobre as áreas próximas aos seus empreendimentos obriga a mesma a realizar deslocamentos populacionais e, dessa forma, passar a prestar serviços que antes já existiam, além de outros novos, buscando o desenvolvimento das comunidades. Além disso, a empresa continua atuando naquelas regiões mesmo anos após a implantação de suas usinas.

O presente estudo de caso apresenta e discute a respeito do Projeto FURNAS Digital, realizado em parceria com o Programa Luz para Todos do Governo Federal, através do Ministério de Minas e Energia – MME. É importante ressaltar que este é apenas um exemplo de um dos diversos projetos que compõem o Programa de Responsabilidade Social de FURNAS Centrais Elétricas S.A.

4.2 O Projeto FURNAS Digital



4.2.1 Introdução

Construir alternativas para o desenvolvimento humano e social é, hoje, um imperativo ético, social, econômico e ambiental. Oportunidades novas devem ser colocadas à disposição das populações de baixa renda, de modo a garantir o direito de todos à cidadania e ao desenvolvimento, considerado em suas várias dimensões: econômica, humana, social, cultural, ambiental, científico-tecnológica, dentre outras.

É com esta perspectiva que nasceu o Projeto FURNAS Digital. Trata-se da continuidade dos projetos de Inclusão Digital, desenvolvido por FURNAS em parceria com o Instituto Razão Social (IRS) em 2006 e Telecom Livre, em parceria com a Sociedade Digital (SOCID), que existiram entre outubro de 2005 e maio de 2006. Os dois projetos foram fundidos, estendendo o seu alcance e seus objetivos.

4.2.2 Objetivos do Projeto FURNAS Digital

Inicialmente, o Projeto Inclusão Digital tinha como objetivo geral contribuir para a empregabilidade e geração de renda de jovens em situação de risco social e em busca do primeiro emprego, através da promoção de cursos de qualificação e requalificação profissional. Seu objetivo específico era qualificar 180 treinandos na utilização de ferramentas de informática básica (*softwares*) com vistas à atuação no mercado de trabalho. O projeto foi desenvolvido com jovens carentes, entre 16 e 24 anos, na localidade Rosa dos Ventos, município de Nova Iguaçu, estado do Rio de Janeiro.

Já o Projeto Telecom Livre instalou os seguintes telecentros:

- Telecom Livre Galeão e Tubiacanga, que ficaram disponíveis para atender à população dos bairros Portuguesa e Tubiacanga, na Ilha do Governador, Rio de Janeiro, com cerca de 24.000 pessoas;
- Telecom Livre Freguesia, também na Ilha do Governador, que está disponível para atender à população desse bairro, estimada em 18.000 pessoas;
- Telecom Livre de Angra dos Reis, no estado do Rio de Janeiro, que tem possibilidade de atender 600 alunos de escolas, seus familiares e população local, cerca de 7.600 pessoas. Na época de sua inauguração, este telecentro

era o único ponto de acesso à internet gratuito da região, que contava com apenas uma *lanhouse* com acesso pago.

O Programa capacitou 132 multiplicadores e alunos regulares em 14 cursos. Cada um dos telecentros tem disponibilidade para ensinar, a cada semestre, pelo menos 50 jovens e adultos e de disponibilizar o acesso de 1.000 pessoas à internet.

A partir dessa experiência bem-sucedida, a Empresa, agora em parceria com o Programa Luz Para Todos – PLPT, começou a implantar o Projeto FURNAS Digital, a cargo da Coordenação de Responsabilidade Social, estando ligado igualmente à questão de Cidadania e Direitos. A Sociedade Digital – SOCID também continua a participar do projeto.

Em meados de 2004, o Governo Federal lançou o Programa Luz Para Todos, com o objetivo de antecipar para 2008 o acesso gratuito à energia elétrica para 2 milhões de famílias. O Programa vem realizando obras que já atingem a marca de 1,5 milhão de ligações, totalizando 7,2 milhões de pessoas beneficiadas em todo o país. Coordenado pelo Ministério de Minas e Energia e executado pela Eletrobrás, por meio de suas subsidiárias FURNAS, Eletrosul, Eletronorte e Chesf, o Programa é realizado em parceria com os governos estaduais, concessionárias de energia e cooperativas de eletrificação rural.

O objetivo do Programa FURNAS Digital é promover a inclusão digital de comunidades de baixa renda, com a implantação de 50 telecentros de “*Software Livre*” em áreas geográficas de atuação da Empresa, sendo 9 deles no Estado do Rio de Janeiro. A parceria com o Programa Luz Para Todos permite que as comunidades beneficiadas com luz elétrica possam, simultaneamente, integrar-se ao mundo digital, viabilizando a capacitação, o acesso às informações digitais, a ampliação de conhecimentos, a atualização e uma melhor preparação para o

mercado de trabalho. Projetos de inclusão digital devem ser pensados como iniciativas estratégicas de desenvolvimento social e econômico colaborativos, compartilhamento da informação e do conhecimento.

Um telecentro é um espaço com computadores conectados à internet. Constitui-se em iniciativa fundamental para capacitar a sociedade nacional a fim de preservar a cultura, construindo *sites* de língua portuguesa e de temáticas vinculadas ao cotidiano da população, possibilitando a qualificação das pessoas, afirmando seu direito a um desenvolvimento sustentável e ambientalmente correto.

4.2.3 Metodologia aplicada

Os telecentros são de utilização gratuita, podendo conter de 5 a 10 microcomputadores. Qualquer pessoa pode navegar na internet, ter um endereço de correio eletrônico e utilizar as ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) para pesquisar, estudar e trabalhar. A capacitação dos gestores dos telecentros permite que estes administrem eficientemente esse espaço, garantindo sua continuidade.

Para se criar um telecentro, são observadas as seguintes etapas:

- Seleção da comunidade, pelo agente do Programa Luz para Todos, que preenche uma ficha contendo os critérios de aprovação ou eliminação. São critérios que eliminam: a existência de um telecentro até 30 km de distância da instituição e falta de fornecimento/captação de água.
- Identificação e validação da comunidade selecionada, com o preenchimento de uma ficha mais detalhada sobre a mesma; conferência de questões de segurança e de documentação jurídica do espaço/instituição que abrigará o telecentro; envio do material para a Coordenação Técnica, para posterior

visita; verificação de recepção de sinal da internet e checagem da infraestrutura do local onde será instalado o espaço (paredes, pisos, coberturas, portas, janelas e instalações hidráulica e elétrica).

- O agente do PLPT promove a mobilização da comunidade para o esclarecimento sobre o objetivo e funcionamento do telecentro e levantamento de parceiros locais para garantia da sustentabilidade. Esses parceiros podem ser agentes do PLPT, lideranças comunitárias ou outros.
- Cabe a esse agente, também, apresentar o cronograma físico das obras civil, elétrica e hidráulica, bem como acompanhar o seu desenvolvimento. O início das obras se dá com a participação da comunidade, enquanto é feita uma tomada de preços para compra de mobiliário: mesas, cadeiras, e ventiladores de teto.
- Concluída a obra, são instalados pela SOCID os cabos de rede, os computadores, estabilizadores e impressora. Os computadores ficam a cargo de FURNAS, que disponibiliza as máquinas por meio de sua Assessoria de Desmobilização de Ativos.
- A próxima etapa é o treinamento, que fica a cargo da SOCID, da Coordenação de Responsabilidade Social de FURNAS e das Coordenações Estaduais do Programa Luz Para Todos. São etapas do treinamento: capacitação de multiplicadores locais (agentes do PLPT e representantes da comunidade) na gestão de telecentros; capacitação de multiplicadores locais nos conteúdos básicos de informática e internet (curso básico de sistema operacional GNU Linux, pacote BrOffice e Internet 2.0, em aulas expositivas, trabalhos individuais e em grupo); curso de montagem e manutenção de

computadores e equipamentos. No final, é elaborado um CD-ROM contendo a metodologia desenvolvida de modo que possa ser replicada em outros locais.

4.2.4 Abrangência e beneficiários

O Projeto FURNAS Digital tem como público-alvo a população de baixa renda nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo, Espírito Santo, Minas Gerais e Goiás, algumas das áreas geográficas de atuação de FURNAS. Até o momento foram inaugurados 10 telecentros, que beneficiaram 20.730 pessoas, assim distribuídas:

Número Médio de Beneficiários pelo Projeto – Telecentros Inaugurados

COMUNIDADE	MUNICÍPIO	UF	NÚMERO MÉDIO DE BENEFICIADOS
Papucaia	Cachoeiras de Macacu	RJ	4.000
Celso Daniel	Macaé	RJ	928
General Rondon	São Gabriel da Palha	ES	3.500
Centro	Muzambinho	MG	1.200
Bairro Cruzes	Areado	MG	1.920
Petúnia	Nova Resende	MG	2.589
São Gonçalo	Botelhos	MG	1.860
Comunidade dos Martins/Carmo da Cachoeira	Varginha	MG	597
Quilombo Fazenda da Caixa (Picinguaba)	Ubatuba	SP	136
Arapongal	Registro	SP	4.000
TOTAL			20.730

Fonte: SOCID – Sociedade Digital (<http://www.socid.org.br/furnasdigital/>)

Locais de Funcionamento dos Telecentros Inaugurados e Data de Inauguração (*)

COMUNIDADE	MUNICÍPIO	UF	LOCAL ONDE FUNCIONA	DATA DE INAUGURAÇÃO
Papucaia	Cachoeira de Macacu	RJ	Cooperativa de Eletrificação Rural Cachoeiras de Itaboraí	15/02/2008

Celso Daniel	Macaé	RJ	Associação dos Produtores do Assentamento Prefeito Celso Daniel	01/08/2007
General Rondon	São Gabriel da Palha	ES	ACEFFOMGER- Ass. Centro de Form. Familiar de Altern. Mun.Gal Rondon	22/05/2008
Centro	Muzambinho	MG	Associação Comunitária do Bairro Macaúbas	29/05/2008
Bairro Cruzes	Areado	MG	Associação dos Moradores do Bairro Cruzes	20/12/2007
Petúnia	Nova Resende	MG	Associação da Comunidade Rainha da Paz	25/01/2008
São Gonçalo	Botelhos	MG	Associação Comunitária do Distrito de São Gonçalo e Região	18/08/2007
Comunidade dos Martins/ Carmo da Cachoeira	Varginha	MG	União dos Pequenos Produtores de Café Especial dos Martins - UNIPCAFEM	17/08/2007
Quilombo Fazenda da Caixa - Picinguaba	Ubatuba	SP	Associação da Comunidade dos Remanescentes de Quilombos da Fazenda	10/10/2007
Comunidade Arapongal	Registro	SP	IDESC- Instituto para o Desenvolvimento Sustentável e Cidadania do Vale do Ribeira	12/11/2007

(*) A tabela segue a ordem dos estados e não da data de inauguração.

Fonte: FURNAS Digital e SOCID – Sociedade Digital (<http://www.socid.org.br/furnasdigital/>).

Número de Monitores Treinados nos Telecentros Inaugurados

COMUNIDADE	MUNICÍPIO	UF	NÚMERO DE MONITORES
Papucaia	Cachoeira de Macacu	RJ	3
Celso Daniel	Macaé	RJ	20
General Rondon	São Gabriel da Palha	ES	11
Centro	Muzambinho	MG	6
Bairro Cruzes	Areado	MG	4
Petúnia	Nova Resende	MG	3
São Gonçalo	Botelhos	MG	5
Comunidade dos Martins/Carmo da Cachoeira	Varginha	MG	7
Quilombo Fazenda da Caixa (Picinguaba)	Ubatuba	SP	10
Arapongal	Registro	SP	12
TOTAL			81

Fonte: FURNAS Digital e SOCID – Sociedade Digital (<http://www.socid.org.br/furnasdigital/>).

Estão previstas mais 7 unidades no Rio de Janeiro; 7 no Espírito Santo; 8 em São Paulo; 16 em Minas Gerais e 2 em Goiás. Abaixo, os locais onde serão instalados os telecentros no Rio de Janeiro.

Telecentros Previstos e sua Localização

COMUNIDADE	MUNICÍPIO	ASSOCIAÇÃO / INSTITUIÇÃO	UF
Maria Mendonça	Trajano de Moraes	Clube Xadrez Trajano de Moraes	RJ
Trindade	Paraty	Associação de Moradores e Nativos e Originários de Trindade	RJ
Barra Grande	Paraty	Cooperativa dos Produtores Rurais de Paraty	RJ
Ponte Branca (Penha)	Paraty	Ass. de Moradores Rurais do Carrasquinho, Mato Dentro, Penha e Souza	RJ
Delamare	Japeri	Esporte Clube Delamare	RJ
Piabetá	Magé	Instituto Despertando Talento	RJ
Porciúncula	Porciúncula	Associação de Moradores da Ilha	RJ

Fonte: Projeto FURNAS Digital, FURNAS, 2008.

4.2.5 Impactos na qualidade de vida dos beneficiários

Os telecentros têm diferentes impactos na vida das pessoas beneficiadas pelo Projeto. No entanto, todos eles são marcantes e muitas vezes mudam o rumo da vida dessas pessoas. Pelas suas próprias palavras, nota-se a receptividade desta iniciativa.

Os depoimentos abaixo são de beneficiados pelo telecentro do Assentamento Celso Daniel, em Macaé/RJ. Alguns deles falam da chegada da luz, já que as duas ações estão relacionadas.

- José Ribamar Coelho: *“Nós temos um assentamento consolidado e projetos encaminhados que estão começando a se desenvolver, onde nós temos uma das maiores vitórias que a gente já conseguiu para aqui, que foi a instalação da luz elétrica. O Luz Para Todos favoreceu todo o assentamento. A gente sabe que tem algumas coisas para serem realizadas no assentamento, mas, com a chegada da luz, foi, para a gente, uma das maiores vitórias depois da terra, que a primeira vitória foi a terra e depois, agora, a luz elétrica. E aí, antes de tudo, esse trabalho corrido, que a gente vem lutando, depois da luz a gente tem aí, o telecentro, que já está funcionando aqui no assentamento e, pra gente, foi uma outra vitória e uma grande conquista, porque, em um assentamento rural, onde as coisas estão se realizando, a gente já tem o telecentro funcionando, onde atende o jovem e até mesmo os ‘coroas’ que querem fazer seu curso de informática e já está funcionando. E diante disso aí, outros e outros projetos que estão chegando através de FURNAS e do Luz Para Todos.”*
- Barnabé: *“Essa oportunidade que nos foi dada é de grande valia, tanto para o pessoal de FURNAS como para nós, assentados e acampados. Porque é*

com um projeto como esse, da extensão desse trabalho, que engrandece e valoriza a nossa luta.”

- Matheus (menor): *“Nunca estudei em um curso de informática antes daqui. Eu já aprendi planilha, essas coisas... fazer textos, fazer tarefas...”*
- Amaury: *“Então, com esse curso, o que acontece? Vai ter opção sim, que eles vão aprender informática, saber que são gente, que merecem respeito, entendeu? E vão ter o respaldo, aproveitando essa oportunidade que FURNAS está nos dando, entendeu? E aprender e ser útil a esse país ainda. E não é porque a idade chegou, que a coisa terminou.”*
- Mauricio Fernandes, produtor rural: *“Agora eu posso ter um maquinário, uma picadeira... Eu posso fazer muito mais coisa do que eu não poderia fazer sem a luz (elétrica).”*
- Jaime Santos, produtor rural: *“A luz (elétrica) trouxe muita vantagem, porque a energia é saúde, né? De repente eu tenho como, tendo duas crianças, utilizar o nebulizador que usa energia, a irrigação depende de energia... Tudo, enfim, que se faça hoje, depende de energia.”*
- Jackson França, instrutor do telecentro: *“É muito importante, para mim, saber que estou contribuindo para melhorar a vida dessas pessoas.”*

4.2.6 Resultados alcançados

Como dito anteriormente, 10 telecentros foram inaugurados desde 2007. Outros 40 estão previstos. Destes, 24 já estão prontos, com treinamentos realizados – 91 pessoas capacitadas – e locais preparados. Os restantes ainda estão esperando treinamento, mas a previsão é que todos já estejam inaugurados em 2009.

No total, foram realizadas até 2008 177 capacitações: 81 nos telecentros inaugurados e 91 naqueles aguardando computadores. Mais 5 monitores foram treinados na comunidade de Palméia, Muzambinho/MG, onde já existe um telecentro que não faz parte deste projeto, mas recebeu um reforço na sua capacitação. É preciso destacar que os monitores estão sendo treinados em mais de um curso, aumentando assim seus conhecimentos.

Dos telecentros que estão aguardando equipamentos, 5 situam-se no Espírito Santo, 5 em São Paulo, 7 em Minas Gerais e 7 no Rio de Janeiro.

Comunidades Aguardando Computadores

COMUNIDADE	MUNICÍPIO	UF	TREINAMENTO	STATUS
Maria Mendonça	Trajano de Moraes	RJ	Realizado	Pronto
Trindade	Paraty	RJ	Realizado	Pronto
Barra Grande	Paraty	RJ	Realizado	Pronto
Ponte Branca (Penha)	Paraty	RJ	Realizado	Pronto
Delamare	Japeri	RJ	Realizado	Pronto
Piabetá	Magé	RJ	Realizado	Pronto

Fonte: Projeto FURNAS Digital, FURNAS, 2008 e Projeto Luz Para Todos, 2008.

Outro resultado obtido são as páginas da internet, que permitem que as comunidades se comuniquem e troquem opiniões. Elas podem ser acessadas pelo endereço <http://www.socid.org.br/comunidades/> e estão disponíveis para os 2 telecentros já instalados no Rio de Janeiro, entre outros. As fotos a seguir mostram os preparativos dos telecentros, que têm basicamente a mesma estrutura em todos os lugares.

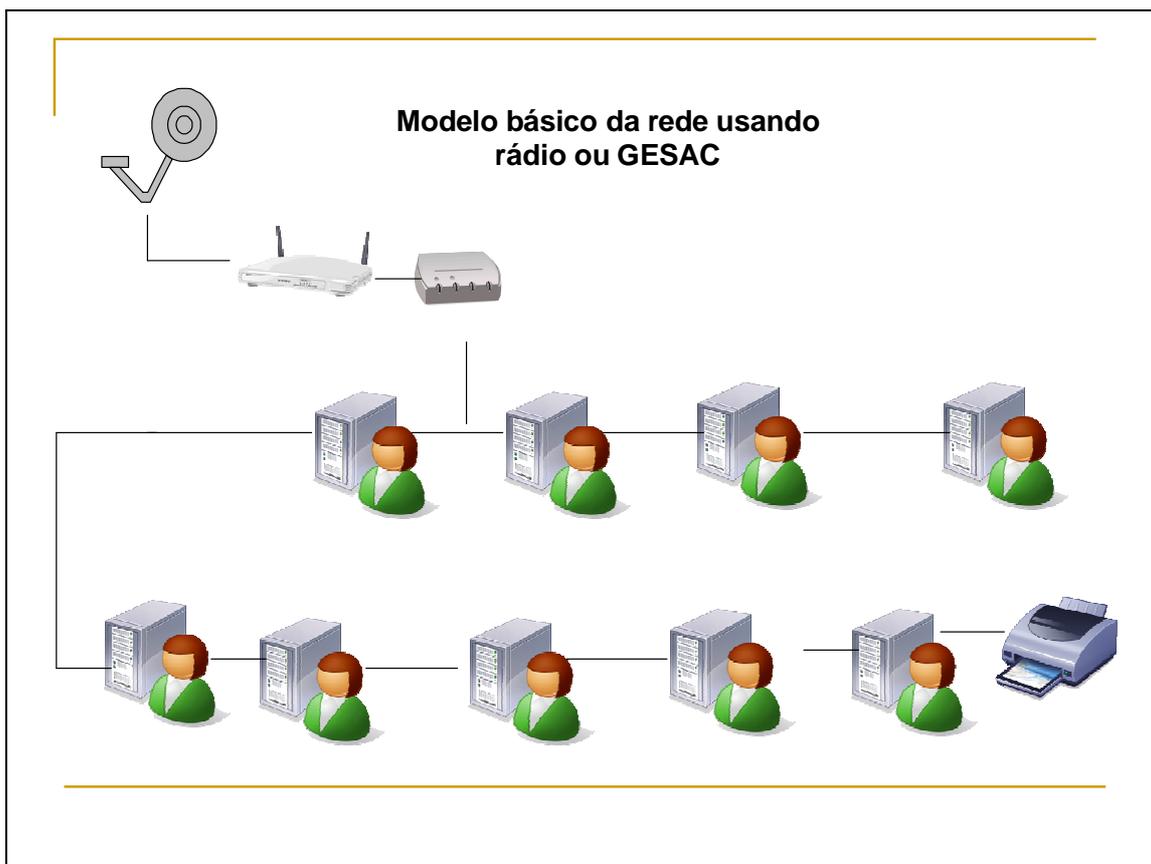
Preparação dos Telecentros



Fonte: Projeto FURNAS Digital, FURNAS, 2008.

4.2.7 Criatividade nas soluções apresentadas

O modelo físico da rede é dimensionado de forma a obter o máximo de eficiência, onde não é adotado o uso de uma máquina servidora exclusiva. Dessa forma, caso haja um problema de conexão, as outras máquinas poderão acessar a internet normalmente. A solução usando servidores de rede foi preterida para evitar paralisações. Neste tipo de ambiente, se o servidor da rede “cair”, nenhuma máquina acessa a *web*. Um esquema do modelo utilizado pode ser visto abaixo.



Fonte: Projeto FURNAS Digital, FURNAS, 2008.

Como visto anteriormente, foi criado para as comunidades um aplicativo *web*, específico para troca de informações e experiências (comunidade virtual), favorecendo as comunidades beneficiadas. Nessas páginas são armazenados materiais e dicas, servindo também de apoio para os usuários dos telecentros. A idéia é que, desta forma, possa fomentar cada vez mais o uso participativo.

4.2.8 Quesitos de avaliação

A elaboração dos indicadores sociais está a cargo da Sociedade Digital – SOCID. O sistema auxilia os responsáveis dos telecentros no cadastro de alunos(as) e nas fichas de avaliação. As estatísticas levantadas até agora têm como público-alvo apenas os instrutores e estão disponíveis no site <http://www.socid.org.br/furnasdigital/>.

4.3 Considerações finais

Analisando o Projeto FURNAS Digital através de uma perspectiva socioambiental sustentável, pode-se perceber alguns dos princípios fundamentadores nos quais o Programa de Responsabilidade Social de FURNAS está calcado.

Estes princípios estão descritos na Política de Cidadania Empresarial e de Responsabilidade Social da Empresa. No item “Compromisso Social de FURNAS”, consta que seu papel é de “contribuir, de forma inovadora, para melhorar a condição humana, através da articulação entre Empregados, Consumidores, Comunidades, Acionistas, Fornecedores, Setor Elétrico e Governo, em torno de ações e iniciativas que promovam a cidadania e o desenvolvimento humano, visando uma sociedade justa, em equilíbrio com a natureza, sustentável e solidária.”

O Projeto FURNAS Digital reflete esta política, uma vez que contribui para o desenvolvimento das comunidades beneficiadas pelo mesmo. A promoção da cidadania se dá na instalação dos telecentros em diversos locais, muitos deles em condições adversas, como em assentamentos rurais onde o Programa Luz para Todos chega trazendo, pela primeira vez, luz elétrica para seus moradores.

O treinamento dos monitores responsáveis pelos telecentros e a consequente transmissão de conhecimento adquirido por esses para os usuários finais, muitos deles crianças, complementam as ações de promoção da cidadania. Isso possibilita uma oportunidade de crescimento intelectual antes inimaginável para os homens e mulheres com mais idade naqueles locais.

Complementariamente, ao se verificar as conseqüências desse projeto para os próprios funcionários da Coordenação de Responsabilidade Social da Empresa, percebe-se uma notória satisfação no que tange a organização, implementação e acompanhamento do mesmo. Nota-se o empenho e a dedicação destes empregados para com o futuro das pessoas beneficiadas pelo projeto. “O rosto admirado das crianças ao verem o que se passa em qualquer lugar do mundo através de um monitor de computador, isso muito é gratificante.” (Alessandro Dias, funcionário da Assessoria de Projetos e Ações Sociais).

Os funcionários sentem-se satisfeitos por contribuírem com o desenvolvimento humano das comunidades no entorno das áreas de atuação da Empresa, ao mesmo tempo em que esta é sua atividade profissional em FURNAS. “É um prazer poder trabalhar em uma área tão importante de uma Empresa tão importante.” (Ana Paula Portella, funcionária da Assessoria de Promoção da Cidadania Empresarial).

Desta forma, analisando a efetividade do Programa de Responsabilidade Social de FURNAS, pode-se concluir que este cumpre satisfatoriamente seus objetivos. Tais objetivos estão alinhados às perspectivas positivas sustentáveis que muitas empresas estão começando a buscar.

Logicamente, existe um longo caminho a ser percorrido por empresas como FURNAS Centrais Elétricas S.A. – e seus respectivos *stakeholders* – para se alcançar a tão ambicionada Sustentabilidade. No caso da Empresa em questão, a criação da Coordenação de Responsabilidade Social em 2003, e o crescimento da importância de seu papel dentro da organização são passos fundamentais nessa longa estrada rumo a um mundo mais justo e sustentável.

5. Referências

ALMEIDA, Fernando. Apresentação “*Os Desafios da Sustentabilidade: uma ruptura urgente*”. Centro Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, setembro/2008.

CHELEGON, Hamilton. Artigo “*AS 8000 – NBR 16001 ou ISO 26000 – Qual a tua empresa merece?*”, publicado em 30/06/2008. Disponível em <http://www.webartigos.com/articles/7474/1/as-8000--nbr-16001-ou-iso-26000--qual-a-tua-empresa-merece/pagina1.html>. Acessado em 10/10/2009.

ELKINGTON, John. Livro “*Cannibals with Forks*”. Capstone Publishing, Oxford, 1997.

GRAJEW, Oded. Artigo “*Filantropia e responsabilidade social*”, publicado em 24/04/2002. Disponível em http://www.filantropia.org/artigos/oded_grajew.htm. Acessado em 20/09/2009.

IBGC. Definição de Governança Corporativa. Disponível em <http://www.ibgc.org.br/Secao.aspx?CodSecao=17>. Acessado em 09/10/2009

ONU, Brundtland Commission. Publicação “*Our Common Future*”, Oxford University Press, 1987, p.43.

Política de Cidadania Empresarial e de Responsabilidade Social. FURNAS Centrais Elétricas S.A., 2008.

Projeto FURNAS Digital. FURNAS Centrais Elétricas S.A., 2008.

Programa Luz Para Todos. Governo Federal, 2008.

QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves & LIMA, Gilson Brito Alves Lima. Artigo “*Sistema de gestão de segurança e saúde ocupacional: fator crítico de sucesso à implantação dos princípios do desenvolvimento sustentável*”, publicado em

02/12/2006. Disponível em
http://www.interfacehs.sp.senac.br/br/artigos.asp?ed=2&cod_artigo=31&pag=0.
Acessado em 12/10/2009.

Relatório Socioambiental “O fio que nos une” 2007. FURNAS Centrais Elétricas S.A., 2008.

Relatório Anual 2007 – Coordenação de Responsabilidade Social. FURNAS Centrais Elétricas S.A., 2008.

SOCID – Sociedade Digital. Disponível em <http://www.socid.org.br/furnasdigital/>.
Acessado em 27/06/2008.

WERNECK, Nísia. Apresentação “FURNAS e a Sustentabilidade”. Fundação Dom Cabral, setembro/2008.