

PAULO HENRIQUE HANS

A RÁDIO FM EDUCATIVA UCDB 91.5 E O DESENVOLVIMENTO LOCAL: REFLEXÕES SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Bolsista CAPES/UCDB



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE/MS
2017**

PAULO HENRIQUE HANS

A RÁDIO FM EDUCATIVA UCDB 91.5 E O DESENVOLVIMENTO LOCAL: REFLEXÕES SOBRE A RESPONSABILIDADE SOCIAL

Dissertação apresentada à banca examinadora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico, como exigência final para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local, sob a orientação do Prof. Dr. Pedro Pereira Borges.



**CAMPO GRANDE/MS
2017**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande, MS, Brasil)

H249sHans, Paulo Henrique
A rádio FM Educativa UCDB 91,5: reflexões sobre a
responsabilidade social em vista do desenvolvimento local/
Paulo Henrique Hans;orientadorPedro Pereira Borges.2017.
103f.

Dissertação(mestrado em desenvolvimento local) – Universidade
Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2017.

1. Rádio – Ação comunitária 2. Desenvolvimento – Aspectos
sociais 3. Responsabilidade social - Empresas I.Borges, Pedro Pedreira
II. Título

CDD – 384.54

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: “A Rádio FM Educativa UCDB 91,5: reflexões sobre a responsabilidade social em vista do desenvolvimento”.

Área de concentração: Desenvolvimento Local em Contexto de Territorialidades.

Linha de Pesquisa: Cultura, Identidade e Diversidade na Dinâmica Territorial.

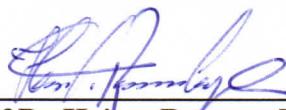
Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Conselho do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local.

Exame de Defesa aprovado em: 01/03/2017

BANCA EXAMINADORA



Prof Dr Pedro Pereira Borges
Universidade Católica Dom Bosco



Prof Dr Heitor Romero Marques
Universidade Católica Dom Bosco



Prof Dr Aparecido Francisco dos Reis
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

“A maior necessidade do mundo é a de homens - homens que não se compram nem se vendam; homens que no íntimo da alma sejam verdadeiros e honestos; homens que não temam chamar o erro pelo seu nome; homens, cuja consciência seja tão fiel ao dever como a bússola o é ao polo; homens que permaneçam firmes pelo que é reto, ainda que aconteça tudo errado” (Ellen G. White *in* Educação, pág. 571857).

Dedico a presente dissertação
aos meus pais, fontes de amor,
alegria e de inspiração.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida e por constantemente me abençoar, cuidar, dar-me sabedoria e força de vontade para cada vez mais seguir nos meus estudos.

Aos meus pais, Neidy Maria Hans e Paulo Roberto Hans, por serem exemplos de pessoas guerreiras e porque me inspiram e estimulam todos os dias na busca dos meus sonhos, mas principalmente porque sempre acreditam que sou capaz de tudo. A minhas avós, Lygia Hans e Deony Menegusso, que presenciaram e me apoiaram nos momentos de realização dessa dissertação. Aos meus familiares que, na medida do possível, contribuíram e me incentivaram na busca dos meus objetivos.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Pedro Pereira Borges, por sua dedicação e boa vontade, fazendo sempre de tudo para que as dificuldades se tornassem pequenas. Sua inteligência e presteza foram essenciais para o sucesso desse estudo.

A todos os meus amigos que me proporcionaram momentos de descontração essenciais para aliviar a tensão e preocupação que o mestrado exige e, em especial, a três deles que fiz na caminhada acadêmica.

À Rádio FM Educativa UCDB 91.5 e seus colaboradores, especialmente o Sr. Henrique Massumi Shuto, Juseli Resende, Marialda Cellia, Waldinei da Silva Barbosa, José Francisco da Silva (Chicão) e Marcos Lennon, Paulo Yafusso, Mario Hisano, Eddie Gutemberg e Gisele Gordin Freire.

À CAPES e à UCDB pelo incentivo financeiro para custear este mestrado.

Por fim, aos meus irmãos e colegas de turma que vivenciaram juntos e externaram total apoio para que as dificuldades fossem esquecidas.

HANS, Paulo Henrique. **A Rádio FM Educativa UCDB 91.5 e o desenvolvimento local: reflexões sobre a responsabilidade social.** 2017. Dissertação. Mestrado em Desenvolvimento Local. Universidade Católica Dom Bosco.

RESUMO

O presente trabalho se justifica para o Programa de Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento Local da Universidade Católica Dom Bosco porque traz para dentro da academia a discussão a questão do desenvolvimento e do papel das empresas e dos empresários em relação a ele. Também se justifica para a própria sociedade, porque as empresas e os empresários têm o dever de transformar crescimento econômico em desenvolvimento. Além disso se justifica para o pesquisador, porque será titulado não apenas como um mestre em desenvolvimento local, mas como um Agente Local de Desenvolvimento em qualquer lugar que residir e em qualquer área de atuação. O princípio movente deste trabalho é o de que a ideia de desenvolvimento leva os diversos agentes que têm responsabilidade na sociedade a trabalhar pelo desenvolvimento, seja ele nacional, regional ou local. A responsabilidade social, em si, é da pessoa, da comunidade, das empresas e dos entes governamentais. Os sujeitos de necessidades, no entanto, são as pessoas e as comunidades que vivem em um determinado território. O governo supostamente teria que atender às necessidades dos cidadãos. Em um país como o Brasil, as políticas públicas têm se mostrado ineficientes e deficientes, embora muitas delas sejam cláusulas pétreas constitucionais. As empresas se se ativerem somente à oferta de produtos com o fito de lucro, não estarão cumprindo com a sua função social. Mas elas têm uma função social. Por isso devem atuar em parceria com a sociedade para promover o desenvolvimento, mesmo sem deixar de lado o seu foco econômico. Diante dessas reflexões, o trabalho que passa a ser apresentado está situado na Linha 1 do Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento Local da UCDB, que tem como foco a cultura, a identidade e a diversidade na dinâmica territorial, e tem como objetivo geral analisar o papel das empresas e dos empresários em relação ao desenvolvimento, e, como objetivos específicos 1) trabalhar a temática da responsabilidade social das empresas e dos empresários, 2) estabelecer uma convergência entre desenvolvimento local e responsabilidade social e 3) apresentar os dados coletados nas Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, ao longo dos anos de 2015 e 2016, e estabelecer uma correlação entre eles, o desenvolvimento local e a responsabilidade social. Em relação à metodologia foi utilizada a revisão bibliográfica e de dados. A pesquisa bibliográfica visou atender às necessidades conceituais, precípuamente em relação aos dois conceitos mais relevantes apresentados ao longo do trabalho, isto é, o de desenvolvimento e o de responsabilidade ou responsabilização social.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento, responsabilidade social, ações comunitárias.

HANS, Paulo Henrique. **A Rádio FM Educativa UCDB 91.5 e o desenvolvimento local: reflexões sobre a responsabilidade social.** 2017. Dissertação. Mestrado em Desenvolvimento Local. Universidade Católica Dom Bosco.

ABSTRACT

The present work is justified for the Master's and PhD Program in Local Development of the Universidade Católica Dom Bosco because it brings into the academy the discussion about the development and the role of companies and entrepreneurs in relation to it. It is also justified for society itself, because business and entrepreneurs have a duty to transform economic growth into development. In addition it is justified for the researcher, because it will be titled not as a master in local development, but as a development agent anywhere residing and in any field of activity. The moving principle of this work is that the idea of development Leads the various actors who have a responsibility in society to work for development, be it national, regional or local. Social responsibility, in itself, is of the person, the community, the companies and the government entities. The subjects of needs, however, are the people and communities that live in a given territory. The government was supposed to meet the needs of citizens. In a country like Brazil, public policies have been inefficient and deficient, although many of them are constitutional constitutional clauses. Companies, if they only take care of the supply of products for the purpose of profit, will not be fulfilling their social function. But they have a social function. That is why they must work in partnership with society to promote development, even without leaving aside their economic focus. In light of these reflections, the work that is presented is located in Line 1 of the Master's and PhD in Local Development of the UCDB, which focuses on culture, identity and diversity in the territorial dynamics, and its general objective is to analyze the role Companies and entrepreneurs in relation to development, and, as specific objectives 1) to work on the theme of corporate social responsibility and entrepreneurship, 2) to establish a convergence between local development and social responsibility, and 3) to present the data collected in Community Actions Of FM Educativa UCDB 91.5, over the years 2015 and 2016, and to establish a correlation between them, local development and social responsibility. In relation to the methodology was used bibliographical and data review. The bibliographical research aimed to meet the conceptual needs, mainly in relation to the two most relevant concepts presented throughout the work, that is, the development and the responsibility or social responsibility.

KEYWORDS: Development, social responsibility, community actions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Atendimentos na ação comunitária.....	810
Figura 2 - Ação comunitária 2016.....	833
Figura 3 - Atendimentos na ação comunitária 2016.....	844
Figura 4 - Estatística Geral - Ação Comunitária 2016	86

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Mapa da pobreza e da desigualdade em Campo Grande-MS
Tabela 2 Estatísticas do cadastro central de empresas – 2014
Tabela 3 – Índices de Exclusão Social de Campo Grande, principais bairros
Tabela 4 - Comunidades parceiras
Tabela 5 - Atendimentos na ação comunitária
Tabela 6 Alguns indicadores e índice de exclusão dos bairros atendidos pelas ações comunitárias em 2015
Tabela 7 Alguns índices dos bairros atendidos pelas ações comunitárias em 2016
Tabela 8 - Parceiros Comerciais e Institucionais 2016
Tabela 9 – Metas
Tabela 10 - Número Total de atendimentos 2015-2016

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Ação Comunitária 2016.....	87
Gráfico2 – Comparativo Educação/Cidadania	88
Gráfico 3 - Atendimentos na área da saúde 2015/2016.....	89

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Divisão Urbana de Campo Grande	42
Mapa 2 - Índice de exclusão social de Campo Grande.....	76
Mapa 3 – Percentual de famílias autodeclaradas necessitadas em Campo Grande.....	77
Mapa 4 – Beneficiados pelo bolsa família nos bairros de Campo Grande.....	78
Mapa 5 – Índice de desigualdade de renda em Campo Grande.....	79

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABO	Associação Brasileira de Odontologia
FM	Frequência Modulada
FMI	Fundo Monetário Internacional
FUNTRAT	Fundação do Trabalho do Município de Campo Grande – MS
GIFE	Grupo de Institutos, Fundações e Empresas
HIV	Vírus da Imunodeficiência Humana
INSS	Instituto Nacional da Seguridade Social
ONGs	Organizações Não-Governamentais
PIB	Produto Interno Bruto
SESC	Serviço Social do Comércio
UCDB	Universidade Católica Dom Bosco
MS	Mato Grosso do Sul
FGV	Fundação Getúlio Vargas,
MTE	Ministério do Trabalho e Emprego
IFMS	Instituto Fecomércio de Mato Grosso do Sul
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
IURD	Igreja Universal do Reino de Deus
CNRS	Conselho Nacional de Responsabilidade Social
PT	Partido dos trabalhadores
UNB	Universidade de Brasília

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 O DESENVOLVIMENTO LOCAL E AS EMPRESAS	22
 2.1 A questão do desenvolvimento	26
2.1.1 O desenvolvimento no local	27
2.1.2 O desenvolvimento para o local	34
2.1.3 O desenvolvimento local	36
 2.2 O desenvolvimento e o território	38
 2.3 As empresas e o desenvolvimento local	40
2.3.1 As empresas e a dinâmica do desenvolvimento	41
2.3.2 Panorama das empresas no território de Campo Grande	46
2.3.3 As empresas e os Agentes Locais de Desenvolvimento	49
2.3.4 Sociedade, empresas e a parceria na busca pelo desenvolvimento de um território ...	50
3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO LOCAL	52
 3.1 A responsabilidade social da empresa	53
 3.2 A responsabilidade social no Brasil	56
 3.3 Os problemas sociais e a responsabilidade social	61
 3.4 Convergências entre responsabilidade social e desenvolvimento local	64
4 AÇÕES COMUNITÁRIAS, RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL	67
 4.1 A Fundação Dom Bosco, mantenedora da FM Educativa UCDB 91.5	69
 4.2 Ações comunitárias a serviço da cidadania	71
 4.3 Mapeamento dos índices de exclusão social em Campo Grande	75
 4.4 A experiência de levar serviços a comunidades	78
4.4.1 As Ações Comunitárias de 2015	79
4.4.2 Ações Comunitárias de 2016	83
4.4.3 Alguns dados comparativos entre as Ações Comunitárias de 2015 e 2016	88
 4.5 O desenvolvimento local é uma autoestrada	90
4.5.1 As Ações Comunitárias e a descoberta de territórios de necessidades	92
4.5.2 A responsabilidade social é fruto da integração entre empresas e os territórios de necessidades	93
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS	98

1 INTRODUÇÃO

Em tempos de crise econômica, como a que o Brasil passou a enfrentar desde 2014, que gerou uma crise política sem precedentes, inclusive com o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, no dia 31 de agosto de 2016, sempre vem à tona a questão do desenvolvimento. E a crise pela qual passa atualmente o Brasil faz sempre voltar um fantasma que parece que tinha sido exorcizado do território nacional, que é o drama da exclusão social. Esse drama aparece com mais força quando a crise se instala tanto nas empresas quanto nos diversos entes governamentais e lança os seus reflexos sobre a população, de maneira geral.

A questão do desenvolvimento tem que se tornar uma prioridade em um país que ainda não resolveu problemas básicos, como os da educação, da infraestrutura, da saúde, da segurança social, da defesa do direito à segurança e à cidadania. O desenvolvimento não pode ser encarado como um problema, mas como uma solução para as necessidades da população. Sua base não está somente no crescimento econômico, portanto, na economia, mas numa conjunção de fatores que é fruto de uma combinação entre o econômico, o social, o cultural e o sustentável.

Para a sua consecução devem entrar em ação não somente os entes governamentais, mas todos os agentes que se decidirem a torná-lo realidade. Por agentes se entendem aqui aqueles que trabalham para a atingir o objetivo de engendrar o desenvolvimento, diferentemente de agentes, que são pessoas que representam e, depois de terminar o seu papel, se retiram do palco de sua ação. Os entes governamentais são, portanto, os primeiros interessados em criar as condições para o desenvolvimento em âmbito nacional, regional ou local. São eles que estabelecem as políticas públicas, são responsáveis pela infraestrutura urbana, logística, energética e de comunicação, entre outros. Pela Constituição Federal de 1988 são também responsáveis, respeitados os âmbitos de atuação, pela oferta dos serviços de saúde, escolar e de segurança do cidadão. O leque de atuação dos entes governamentais, portanto, é amplo e em muitas áreas podem ser auxiliados por entes particulares, como as fundações, as ONGs e as empresas.

As empresas têm ou precisam descobrir a própria vocação social. Em certo sentido ainda se pensa a empresa somente como ofertante de produtos e de serviços, com uma finalidade estritamente econômica. Seus resultados, seus lucros e seu crescimento estão atrelados a um público interno, aos empresários, aos acionistas ou aos investidores. Essa visão começou a mudar ao longo do século XX, quando alguns empresários, a começar por Henry Ford, lançaram a semente do que atualmente se chama responsabilidade ou responsabilização social. A res-

ponsabilização social atualmente não diz respeito somente ao público interno de uma empresa, mas também a uma relação mais ampla com a própria sociedade e com as suas necessidades. Já não basta quantificar em um balanço ou relatório ações que tenham caráter social. As empresas e os empresários têm, portanto, uma missão social em relação ao lugar onde estão instalados e aos serviços prestados.

O presente trabalho se justifica para o Programa de Mestrado e Doutorado em desenvolvimento local da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) porque traz para as entranhas da academia a discussão a questão do desenvolvimento e do papel das empresas e dos empresários em relação a ele. Também se justifica para a própria sociedade, porque as empresas e os empresários têm o dever de transformar crescimento econômico em desenvolvimento. Além disso se justifica para o pesquisador, porque será titulado não apenas como um mestre em desenvolvimento local, mas como um agente local desenvolvimento em qualquer lugar que residir e em qualquer área de atuação.

O princípio movente deste trabalho é o de que a ideia de desenvolvimento leva os diversos agentes que têm responsabilidade na sociedade a trabalhar pelo desenvolvimento, seja ele nacional, regional ou local. Esse trabalho necessariamente tem que envolver as pessoas, as comunidades, as empresas e os entes públicos em um processo que se liberta da ideia de que o crescimento econômico é o desenvolvimento em si. Essa conscientização leva todos os agentes a descobrir a própria responsabilidade na consecução dos objetivos de desenvolver o território com os seus recursos e serviços, mas marcado também por necessidades. Assim as pessoas, as comunidades, os empresários e os entes governamentais se veem imersos nas necessidades e descobrem qual a responsabilidade de cada um na solução dos problemas mais urgentes que lhes são apresentados. A responsabilidade social, em si, é da pessoa, da comunidade, das empresas e dos entes governamentais. Os sujeitos de necessidades, no entanto, são as pessoas e as comunidades que vivem em um determinado território. O governo supostamente teria que atender às necessidades dos cidadãos. Em um país como o Brasil, as políticas públicas têm se mostrado ineficientes e deficientes, embora muitas delas sejam cláusulas pétreas constitucionais. As empresas, se se ativerem somente à oferta de produtos com o fito de lucro, não estarão cumprindo com a sua função social. Mas elas têm uma função social. Por isso devem atuar em parceria com a sociedade para promover o desenvolvimento, mesmo sem deixar de lado o seu foco econômico.

Diante dessas reflexões, o trabalho que passa a ser apresentado está situado na Linha 1 do Mestrado e Doutorado em desenvolvimento local da UCDB, que tem como foco a cultura, a identidade e a diversidade na dinâmica territorial, e tem como objetivo geral analisar o papel

das empresas e dos empresários em relação ao desenvolvimento, e, como objetivos específicos 1) trabalhar a temática da responsabilidade social das empresas e dos empresários, 2) estabelecer uma convergência entre desenvolvimento local e responsabilidade social e 3) apresentar os dados coletados nas Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, durante os anos de 2015 e 2016, e estabelecer uma correlação entre eles, o desenvolvimento local e a responsabilidade social.

Algumas perguntas podem ser apresentadas tanto para iniciar quanto para terminar este trabalho. Por exemplo, as empresas irão renunciar à sua missão de produzir bens e serviços para se imiscuir em problemas que dizem respeito aos entes governamentais? As empresas, descobrindo a sua responsabilidade social, irão se envolver com a sociedade para engendrar processos de desenvolvimento? Estas e outras perguntas surgiram ao longo da elaboração deste trabalho, mas por ora as que foram aqui apresentadas bastam para encaminhar a discussão.

Em relação à metodologia é preciso antes fazer uma consideração sobre o processo de elaboração do trabalho. Algumas palavras foram surgindo a partir da procura pela própria temática a ser desenvolvida. A primeira palavra foi desenvolvimento, porque diz respeito ao próprio programa de Mestrado e Doutorado em desenvolvimento local da UCDB. A segunda foi responsabilização social das empresas e dos empresários. A terceira palavra foi ação ou ações que demonstrem que as empresas praticam a responsabilidade social, gerando inclusão social, cidadania e desenvolvimento.

Mas o caminho tem duas vias. Por um lado tem como ponto de partida o desenvolvimento, segue a rota da responsabilidade social e desemboca em ações geradoras de desenvolvimento. Por outro lado pode ser também possível construir o caminho de maneira inversa, ou seja, o ponto de partida são ações concretas para atender a necessidades de um território, de um local, de uma comunidade, encontrando ao longo do percurso empresas e empresários que se exercitam na responsabilidade social em vista do desenvolvimento. No fim parece que a convergência de tudo é a de que o ponto de partida é o desenvolvimento e ponto de chegada é o desenvolvimento.

Diante deste pressuposto, o método utilizado para a elaboração deste trabalho é o dedutivo. Porém antes de se referir ao que seja um método dedutivo é preciso definir o que seja um método e, especificamente para a academia, o método científico. Embora a questão do método possa ser descoberta ao longo da pesquisa, o método irá ser sempre um caminho para

se chegar a um determinado resultado¹. O método em si tem a seu favor a segurança que o pesquisador encontrará ao longo do seu trabalho. Assim ele também pode ser definido como a maneira que o pesquisador utiliza o seu exercício de pesquisa. Por essa razão o método seria as regras escolhidas e, nesta acepção, as próprias escolhas do pesquisador². Ainda quando se trata do método, este pode ser entendido como a forma e a ordem que se coloca diante dos processos de uma pesquisa. Por ordem aqui se entende a própria organização relativa à elaboração do produto final do trabalho³. O estudo em questão precisou se munir de um caminho para ser explicitado de forma precisa e objetiva, além de se valer de literaturas escolhidas a partir da definição do objeto que foi estudado.

Tendo entendido o que seja o método mister se faz também definir o tipo de método que foi utilizado no presente trabalho. Ao longo da pesquisa o termo que sobressaiu a todos os outros que se foram apresentando para completar o seu sentido foi “desenvolvimento”. Ao termo desenvolvimento se unem termos como no local, para o local, local, social, econômico, cultural, entre outros, que o levam a formar o que se chama locução, ou seja, uma combinação de palavras – por exemplo, um substantivo com um adjetivo, entre outras possíveis combinações – com sentido e função gramatical equivalentes⁴.

O termo desenvolvimento foi seguido de outra locução, ou seja, responsabilidade social e, por fim, de mais uma locução, ou seja, ações comunitárias, locuções que sempre se remetem ao próprio desenvolvimento. Trata-se de um exercício de pesquisa específico, que remete ao método dedutivo. E, como todo filho necessariamente tem um pai, o método dedutivo remete ao filósofo, físico e matemático francês René Descartes (1596-1650), ao filósofo holandês Baruch Spinoza (1632-1677) e ao filósofo, cientista, matemático, diplomata e bibliotecário alemão Gottfried Wilhelm Leibniz (1646-1716). Desde Descartes, passando por Spinoza e Leibniz até os dias atuais, o método dedutivo é tido como um método racional, isto é, que parte do pressuposto de que somente a razão pode levar a um conhecimento verdadeiro. Assim entendido, o método dedutivo precisa de uma cadeia de raciocínios que tem por finalidade

¹ Hegenberg (1976) afirma isso quando trata das etapas de uma investigação científica, que se tornou o título do seu livro.

² Ackof (1976) trata dessa questão precisamente especificamente quando aplica o seu estudo sobre o método em relação às questões sociais.

³ Autores que tratam da questão do método a partir da organização dos processos e da forma de proceder diante deles são Trujillo (1974) que trata especificamente do método científico, Jolivet (1979), quando procura mostrar que a filosofia é uma ciência e Cervo e Bervian (1983), quando procura facilitar o estudo de metodologia científica para estudantes universitários.

⁴ Houaiss (2017) define locução, no sentido que aqui está se tratando, em três acepções: 1 modo próprio de se expressar, no que tange à escolha e combinação das palavras; linguagem, estilo; 2) (1710) *gram* combinação de palavras que se empregam como um conjunto estável com sentido e função gramatical equivalentes aos de uma forma simples (p.ex., a de adjetivo, donde locução adjetiva, a de verbo, donde locução verbal etc.) e 3) sintagma, ou seja, unidade de análise sintática.

explicar o ponto de partida, chamado também de premissa maior, uma constatação, também chamada de premissa menor, para se chegar a uma conclusão compatível com o enunciado principal sem perder a relação com a premissa menor. É por isso que o método dedutivo tem como ponto de partida princípios que são considerados indiscutíveis e verdadeiros, que, de maneira lógica, possibilita chegar a uma conclusão formal⁵. Quando aplicado à matemática e à física, ciências cujos princípios podem ser enunciados em leis, o método dedutivo pode ser considerado como o mais adequado.

O método dedutivo encontra objeções quando se trata das ciências sociais, porque pode parecer que a conclusão a que se chega seja uma repetição da premissa maior, ou mesmo que já se parte de um conhecimento prévio, ou seja, apriorístico, que não admite dúvida de que seja verdadeiro⁶. Porém, no trabalho que segue, a ordem das premissas e das conclusões não parte de um exercício dogmático, mas de uma construção cujos processos têm como partida o desenvolvimento local, isto é, a premissa maior, não como um simples dado econômico, mas adveniente de diversos fatores, como o desabrochar de uma determinada comunidade ou mesmo das empresas para fatos sociais que lhe são afetos, porque fazem parte das suas próprias relações. A inferência da temática da responsabilidade social e das ações comunitárias promovidas pelas FM Educativa UCDB 91.5 funciona como premissa menor, porque são ações promovidas localmente em vista do atendimento às necessidades de saúde, de cidadania, de educação e cultura, entre outras, presentes em diversos bairros de Campo Grande, Mato Grosso do Sul (MS). Este raciocínio leva à conclusão de que a responsabilidade social e as ações comunitárias contribuem para o desenvolvimento local. Este é um exercício de silogismo, ou seja, uma construção lógica que necessariamente leva a uma conclusão, fruto de um conhecimento verdadeiro, que dá a base do método dedutivo.

O processo de elaboração deste trabalho partiu do conceito de desenvolvimento para se chegar às ações comunitárias. Portanto o método utilizado na elaboração do trabalho é o dedutivo.

⁵ “René Descartes (1596-1650) apresenta o Método Dedutivo a partir da matemática e de suas regras de evidência, análise, síntese e enumeração. Esse método parte do geral e, a seguir, desce para o particular” (GERHARDT e SOUZA, 2009).

⁶ O método dedutivo encontra várias objeções quando se trata das ciências sociais, entre as quais o desenvolvimento local se insere. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 27-28) “Uma delas é a de que o raciocínio dedutivo é essencialmente tautológico, ou seja, permite concluir, de forma diferente, a mesma coisa. Esse argumento pode ser verificado no exemplo apresentado. Quando aceitamos que todo homem é mortal, colocar o caso particular de Pedro nada adiciona, pois essa característica já foi adicionada na premissa maior. [...] De fato, partir de uma afirmação geral significa supor um conhecimento prévio. Como é que podemos afirmar que todo homem é mortal? Esse conhecimento não pode derivar da observação repetida de casos particulares, pois isso seria indução. A afirmação de que todo homem é mortal foi previamente adotada e não pode ser colocada em dúvida. Por isso, os críticos do método dedutivo argumentam que esse raciocínio se assemelha ao adotado pelos teólogos, que partem de posições dogmáticas”.

Quanto à pesquisa em si, esta foi de dois tipos, que, para efeito deste trabalho, serão chamadas de bibliográfica e *ex post facto*⁷. A pesquisa bibliográfica visou atender às necessidades conceituais, precipuamente em relação aos dois conceitos mais relevantes apresentados ao longo do trabalho, isto é, o de desenvolvimento e o de responsabilidade ou responsabilização social. Em relação ao conceito de desenvolvimento trouxe autores relevantes para o desenvolvimento e para o desenvolvimento local, trazendo a lume também conceitos como empresa, desenvolvimento endógeno, desenvolvimento local, desenvolvimento no local e de desenvolvimento para o local, entre outros. Em relação ao conceito de responsabilidade social, além de autores, foram emergindo outros conceitos atinentes à temática, como *marketing*⁸ social, *accountability*⁹ social, parcerias, missão social e o próprio conceito de responsabilidade social.

Quanto à pesquisa *ex post facto*¹⁰, ela se deve a duas razões: os dados não foram coletados pelo pesquisador, mesmo porque a pesquisa não era de campo ou experimental, mas a partir de dados já processados e publicados no relatório interno daquilo que a Fundação Dom Bosco, através da FM Educativa UCDB 91.5, intitula Ações Comunitárias. As Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 são atividades realizadas uma vez por mês em bairros de Campo Grande, levando serviços gratuitos em diversas áreas, em especial de educação, cidadania e de saúde, além de cultura e lazer, dada a ineficiência ou a deficiência dos serviços públicos prestados nesses locais, que se transformaram em verdadeiros territórios de necessidades. Como não foi uma pesquisa de campo, mas uma pesquisa a partir de dados coletados pelas empresas que participaram das Ações Comunitárias e catalogados pela Fundação Dom

⁷*Ex-post facto* é uma expressão latina que quer dizer: a partir do fato acontecido. Existem diversas formas de escrever a expressão – *ex-post-facto*, *ex-post facto* e *ex post facto* – aqui se optou por usar a expressão tal como é usada no latim.

⁸ Palavra muito presente no vocabulário das empresas e dos governos. O Dicionário Houaiss (*on line*, visitado em 12/01/2017), define *marketing* como “estratégia empresarial de otimização de lucros através da adequação da produção e oferta de suas mercadorias”.

⁹*Accountability* é um termo proveniente da língua inglesa que ainda não encontrou um termo equivalente na língua portuguesa brasileira. Houve aproximações, como “acontabilidade”, “responsividade” – neologismos a criados a partir das raízes de contabilidade e responsabilidade –, entre outras, mas segundo Jabbra (1989), que propôs a existência de pelo menos oito tipos de *accountability* – ou seja, moral, administrativa, política, mercado, legal/judicial, relação de eleitorado e profissional –, esta tem a ver a maneira ética e transparente de proceder do governante quanto à prestação de contas de sua gestão em relação à sociedade da qual é representante. Por isso o termo pode ser traduzido como responsabilidade com ética. Se aplicado às empresas, como é o caso do presente trabalho, diz respeito à prestação de contas das mesmas em relação ao seu público alvo em particular e à sociedade em geral. No caso específico aqui proposto, em certo sentido, a responsabilidade social pode ser confundida com uma simples prestação de contas de uma empresa, como se a contabilidade mostrasse em si a ética existente nela.

¹⁰ Segundo Fonseca (2002), uma pesquisa *ex post facto* tem como característica o fato de os dados serem coletados após os eventos acontecerem. Por outro lado, o objetivo deste tipo de pesquisa tem em vista um investigar um fenômeno ocorrido posteriormente. Para que se estabeleça essa relação o pesquisador vai investigar as relações de causa e efeito entre o fato identificado e o fenômeno posterior. Logicamente o fenômeno esperado no caso das ações comunitárias é o desenvolvimento das pessoas, a sua inclusão social, o atendimento às suas necessidades e a responsabilidade social das empresas e dos empresários.

Bosco, e nem tampouco foi uma pesquisa arquivística, embora esteja publicada em um relatório geral, cedido pela Fundação Dom Bosco para a pesquisa, usou-se, para o fim desta pesquisa, o conceito de pesquisa de *ex post facto*. A análise dos dados procurou seguir a técnica da triangulação¹¹, que leva em conta as diversas variantes dos dados coletados para se atingir o objetivo proposto.

O trabalho que a partir de agora é apresentado, além da introdução, está dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo é a própria introdução e o segundo é mais bibliográfico e procura apresentar o conceito de desenvolvimento não a partir do critério do crescimento econômico, mas como um processo a partir do qual todos os agentes envolvidos na sua busca se envolvem para que o desenvolvimento aconteça como parte de uma conjunção de fatores como o social, cultural, político e sustentável, entre outros. Além do conceito de desenvolvimento, também nesse capítulo serão apresentados o conceito de empresa e de empresário e uma reflexão sobre a sua importância dentro do processo de desenvolvimento, em especial para o desenvolvimento local.

O terceiro capítulo tem como foco a responsabilidade ou a responsabilização social. Responsabilidade e responsabilização serão usadas, doravante, como termos não sinônimos, mas equivalentes. A preocupação apresentada no capítulo era a de não deixar confundir a responsabilidade social apenas com o relatório social. Isso levaria à confusão sobre o verdadeiro significado da locução, que é o envolvimento dos empresários e das empresas não apenas com o seu público-alvo preferencial, isto é, os funcionários, os investidores, os acionistas e os fornecedores, mas também com toda a sociedade. A finalidade, então, desse capítulo é a de mostrar que a empresa deve ser a primeira interessada no desenvolvimento do local onde plantou a sua unidade. No final do capítulo buscou-se realizar a primeira tentativa de convergência entre desenvolvimento e responsabilidade social, como no momento oportuno.

Quanto ao quarto, o seu foco são as Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, que levou serviços básicos de saúde, de cultura, lazer e esporte para diversos bairros de Campo Grande, em especial os mais afastados, percorrendo em 17 Ações Comunitárias bairros específicos e o seu entorno, ao longo de 2015 e 2016. Pela quantidade de atendimentos realizados, de material distribuído em diversas áreas, ficou claro que os bairros visitados são

¹¹ Em sentido amplo a técnica da triangulação tem em vista, segundo Decrop (2004), um fenômeno que pode ser olhado a partir de mais de uma fonte de dados. No caso desta pesquisa, o fenômeno é o desenvolvimento. Além disso as temáticas da responsabilidade social e empresarial e das ações comunitárias se transformaram em aspectos favoráveis para se analisar a própria questão do desenvolvimento, não a partir do critério do crescimento econômico, mas de toda uma conjuntura social que importa, por exemplo, ao desenvolvimento local. Para iluminar o olhar do pesquisador sobre o fenômeno, as informações podem vir de diferentes ângulos e podem ser usadas para corroborar, elaborar ou iluminar o problema de pesquisa. O valor dessa técnica é o fato de ela limitar os vieses pessoais e metodológicos com a finalidade de aumentar a generalização de um estudo.

verdadeiros territórios de necessidades. A oferta dos serviços, gratuitos, pode não parecer muito afeta ao desenvolvimento local, pois entre os resultados esperados pelos organizadores estava a realização de intervenções tanto da Fundação Dom Bosco quanto dos parceiros de diversas montas para atender às necessidades da população. Além disso o capítulo trouxe conceitos relevantes para o desenvolvimento local, como comunidades, territórios de necessidades, cidadania e territórios, entre outros conceitos. No final do capítulo buscou-se fazer também uma aproximação ou um paralelo entre o desenvolvimento, a responsabilidade social e as Ações Comunitárias. O capítulo apresenta também uma imagem para conceituar o termo desenvolvimento e fazer entender por que o método usado para elaborar o trabalho apresenta o dedutivo procurando mostrar que tudo começa, de um lado, com o desenvolvimento, passa pela responsabilidade social e se chegam a ações concretas – no caso as Ações Comunitárias. De outro lado o ponto de partida são as ações, que passam também pela responsabilidade social até chegar ao desenvolvimento propriamente dito. Em certo sentido a ideia é uma e sempre a mesma: tudo começa com o desenvolvimento e tudo tem que terminar no desenvolvimento.

2 O DESENVOLVIMENTO LOCAL E AS EMPRESAS

O desenvolvimento, que será definido no próximo tópico, é resultado de um processo em que indivíduos, comunidades, agentes, instituições e entes governamentais se unem em vista tanto do crescimento econômico quanto do atendimento das necessidades de infraestrutura, educação, saúde e cultura de um país, estado ou município, como é o caso do Brasil. Desta união de esforços emergem, portanto, os principais interessados em promover o desenvolvimento de um determinado território, como os entes governamentais, as comunidades e, embora em princípio o seu precípua seja o lucro e o seu relacionamento com o seu público alvo, as empresas, com suas especificidades. Como será visto mais adiante, as empresas têm também um papel social no âmbito do desenvolvimento de um determinado território.

Esta visão é corroborada, na ciência da administração, por autores como Michael Porter, Philip Kotler e Jim Collins, que definem a empresa como órgão do crescimento e desenvolvimento econômico; uma dimensão do negócio como um todo, que utiliza a produção de todos os recursos produtivos de riquezas. Os economistas modernos tiveram outra percepção do conceito de empresa, tendo o lucro como destaque nessa concepção. Dean (1951, p. 28), um dos mais brilhantes e profícuos economistas empresariais contemporâneos, sustenta que “Um dos pressupostos básicos da teoria econômica é que a maximização dos lucros é o objetivo fundamental de toda empresa”, fazendo a retórica entre a dicotomia do lucro e economia. O conceito da doutrina econômica se tornou tão geral e difuso que parece abranger a maioria das atividades humanas (DRUCKER, 1981).

As empresas assumem certas responsabilidades, e as mais conhecidas são a de garantir o produto ou serviço e a de contratar e pagar em dia seus funcionários, com todos os encargos. Para garantir seu produto ou serviço, a empresa tem que fomentar inovação, estudando tecnologias sempre modernas e atualizadas que justifiquem o preço cobrado pelo produto ou pelo serviço em demanda. Outro fator que agrega valor a tais entidades é o capital humano, os funcionários que são contratados para ser o “rosto” da empresa, atender aos clientes e formar um time que joga sempre para vencer. Assim a empresa também tem uma responsabilidade social muito importante, que será objeto do terceiro capítulo.

É por essa razão que a instalação de uma empresa, seja ela ligada a atividades primária, secundária ou terciária, em um determinado local, não pode ser o resultado apenas da vontade de um empresário de se instalar aqui ou ali devido às vantagens econômicas que poderá auferir. A instalação de uma empresa deveria ser fruto de uma política pública definida por

um plano de desenvolvimento para um local ou para uma região. Com isso se evitariam plantações de empresas sem compromisso com as pessoas, com o meio ambiente ou com a sociedade como um todo.

De qualquer forma, já plantada, por exemplo, uma empresa dedicada ao comércio, com a inovação de produtos e serviços, pode gerar novas atividades econômicas. O diálogo entre o empresário e a sociedade geraria uma série de processos que vai da educação à especialização dos habitantes de um determinado local. Segundo Coelho (2011, p. 24),

O comércio gerou e continua gerando novas atividades econômicas. Foi a intensificação das trocas pelos comerciantes que despertou em algumas pessoas o interesse de produzirem bens de que não necessitavam diretamente; bens feitos para serem vendidos e não para serem usados por quem os fazia. É o início da atividade que, muito tempo depois, será chamada de fabril ou industrial. Os bancos e os seguros, em sua origem, destinavam-se a atender necessidades dos comerciantes. Deve-se ao comércio eletrônico a popularização da rede mundial de computadores (*internet*), que estimula diversas novas atividades econômicas.

A diversificação da produção mostrou, por outro lado, que uma região não é capaz de produzir todos os produtos necessários ao consumo da população. Dessa forma se revelou sobremaneira importante a transação comercial entre regiões e até entre países. Essas transações necessitavam sempre mais de uma logística capaz de levar o excedente para outros lugares e de trazer aqueles que a comunidade de um território necessitava. Para atender às demandas locais e externas, as empresas foram se ampliando, de tal forma que uma solução foi a de criar filiais nos locais em que seus produtos eram mais vendidos. Assim começou o período da globalização da economia. Empresas nacionais, como as automobilísticas, transcendiam aos seus territórios e plantaram suas indústrias em grandes países consumidores.

A globalização fez com que o produto do trabalho humano pudesse ser conhecido e comercializado, gerando riqueza e renda. Milhares de empregos, diretos e indiretos, dependem desse produto, seja ele material ou imaterial. E parte dessa riqueza é reinvestida no próprio produto por meio de inovações tecnológicas.

Toda essa busca pelo aprimoramento de seus produtos e serviços somado pelo emprego, pela riqueza e pela renda vai ao encontro do desenvolvimento local, uma vez que os processos de desenvolvimento local envolvem esforços articulados de vários agentes dentro de um território, como governo, empresas, universidades, comunidades e sociedade civil, entre outros, que juntos estão dispostos a levar à consecução projetos oriundos da negociação de interesses.

Nesse sentido Arocena (1988) evidencia os agentes locais como agentes que, no campo político, econômico, social e cultural são mensageiros e fomentadores das potencialidades

locais. Para que isso ocorra o agente deve fazer parte da sociedade e reconhecer-se em sua história e em seu sistema de normas e valores. Isso quer dizer que atualmente não basta uma empresa querer se instalar em um determinado local e que os empresários também não podem apenas pensar nos investidores, nos acionistas ou no lucro que podem auferir com a plantação de uma empresa em um território. Na verdade é preciso se pensar nos aspectos educacionais, culturais, ambientais e sociais, porque o território tem a oferecer não somente o espaço, mas também os consumidores e os trabalhadores que atuarão na empresa.

Esta linha de raciocínio corrobora o pensamento de Dowbor (1996), para quem as ações locais de desenvolvimento não podem depender apenas do poder público. Este deve ser compreendido apenas como um articulador e facilitador de ações. Será eficaz quando representar um projeto de desenvolvimento adequado para o conjunto dos agentes territoriais, ou seja, da sociedade, que ele legitimamente representa, como mais um dos agentes envolvidos – e nem sempre o principal.

Cabe destacar também a valorização da cultura local. Qualquer ação local de desenvolvimento deve ser pensada de tal modo que possa garantir a projeção da equidade em um sentido futuro. Os diferentes grupos da sociedade possuem diferentes visões que, em tese, deveriam se constituir em recursos para estruturar iniciativas de desenvolvimento e de apropriação do território, criando diversas configurações. O autor evidencia, ainda, que a cidadania não seja um conceito absorvido e vivenciado pela maioria da população, tornando-se necessária uma grande preocupação com a criação de uma cultura política democrática.

A lógica do desenvolvimento local, segundo Marsiglia (1996), está baseada na existência e no fortalecimento dos agentes em seus territórios e com capacidade de ação e de formulação de propostas socioeconômicas que estimulem as potencialidades locais, e que contribuam para uma melhor qualidade de vida da sociedade.

Percebe-se, portanto, que as empresas são agentes territoriais que podem fomentar não somente o crescimento econômico, mas também o desenvolvimento social e o desenvolvimento sustentável, que são partes integrantes daquilo que se chama desenvolvimento local. Em sentido amplo as empresas, mesmo que visem o lucro, têm que seguir uma lógica que supera o simples dado econômico, porque trabalha com pessoas, com comunidades, com acionistas, com investidores e tudo isso dentro de um espaço territorial definido.

2.1 A questão do desenvolvimento

O Dicionário Houaiss (*online*, UOL¹², 2017) define desenvolvimento como ação ou efeito de desenvolver(-se); desenvolução. Quando se trata de aplicar o tema à economia, ao comércio e às ciências, então apresenta o seguinte conceito: aumento da capacidade ou das possibilidades de algo; crescimento, progresso, adiantamento. O mesmo Dicionário apresenta como antônimos de desenvolvimento o retrocesso e o declínio.

Esta conceituação do termo é levada em consideração quando se trata de desenvolver trabalhos dentro do Programa de Pós-Graduação Mestrado e Doutorado em desenvolvimento local, porque o significado abre espaço também para as interpretações e as aproximações possíveis que o próprio termo exige, sejam elas ligadas à economia, à sociologia, à antropologia, à política e às outras áreas do conhecimento.

Segundo Ávila (2000), o desenvolvimento incide no efetivo desabrochamento das capacidades, das competências e das habilidades de uma comunidade com interesses comuns e situada em um espaço territorialmente delimitado, com identidade social e histórica definida, a partir do rompimento das enlaças que atrelam as pessoas em suas vidas. O autor comprehende ainda desenvolvimento local como um processo dinamizador da comunidade local a fim de que a mesma reactive suas perspectivas, econômicas, sociais, ambientais, assim como também aspectos culturais e qualidade de vida.

Dos significados acima, Silva (2001) destaca que a melhor definição que exprime o sentido do desenvolvimento, é o de “tirar do invólucro”. Reforça essa ideia e descreve o desenvolvimento usando uma imagem bastante singular. É como o processo engenhoso da natureza que leva a lagarta para sair do casulo até se transformar em borboleta. Essa autora sugere esta reflexão em quatro etapas: a lagarta traz em si a possibilidade de voar, só ela pode transformar-se, o processo exige tempo de amadurecimento e o resultado único deve possibilitá-la a voar com as próprias asas.

Cabe ainda lembrar a contribuição de Le Bourlegat (2000, p. 20), contribuindo para a definição do termo desenvolvimento voltado para a caracterização do desenvolvimento local, segundo a qual este “emerge como um processo de aprimoramento das condições gerais do viver, proporcionando bem-estar, segundo os conteúdos de cada cultura”. Assim, o desenvolvimento em si tem o seu significado, mas a ele precisam ser acrescidos outros termos, que darão a conotação mais adequada para uma análise das características do mesmo. É assim que

¹² Universo *On Line* (Uol): www.uol.com.br. Plataforma brasileira do Grupo Folha de S. Paulo.

ao *desenvolvimento* se acrescenta o termo *local* e se forma a locução *desenvolvimento local*. Mas antes de se chegar ao próprio desenvolvimento local em si, este não for pensado a partir de dentro, isto é, o desenvolvimento endógeno, mas também a partir de fora, ou seja, o *desenvolvimento exógeno*. Neste caso, além do termo *local* é preciso acrescentar uma preposição, isto é, *para+o*. Dessa forma a outra locução formada com a palavra desenvolvimento é *desenvolvimento para o local*. As locuções poderiam se multiplicar. Aqui serão levadas em conta estas anteriores e mais uma, ou seja, uma que adiciona a *desenvolvimento* e a *local* a preposição *no*, que dá a locução *desenvolvimento no local*. Antes de prosseguir com a reflexão, ressalta-se desde já que a locução que melhor define o desenvolvimento que se propugna para um determinado local, para uma comunidade, para um povo ou mesmo nação, é desenvolvimento local. Cada uma dessas locuções tem o seu significado específico como se verá a seguir, mas se o desenvolvimento não pode ser apenas em sentido de crescimento econômico, mas também em sentido social, cultural, ambiental, entre outras características, então qualquer política pública ou projeto a ser proposto para um determinado local, tem que desabrochar a partir do próprio local.

2.1.1 O desenvolvimento no local

Pensar em desenvolvimento local é pensar no local como um campo de ação particular. Projetar ou traçar uma meta de desenvolvimento a partir de outros lugares, de outras experiências e levar para ser executado no local foge totalmente da perspectiva dessa abordagem (ÁVILA *et al.*, 2000).

Nesse sentido, Ávila (2000, p. 68) diferencia o desenvolvimento no local e desenvolvimento local, nos seguintes termos:

[...] desenvolvimento no local: quaisquer agentes externos se dirigem à comunidade localizada para promover as melhorias de suas condições e qualidade de vida, com a participação ativa da mesma; [...] e no [...] desenvolvimento local: a comunidade mesma desabrocha suas capacidades, competências e habilidades de agenciamento e gestão de suas próprias condições e qualidade de vida, metabolizando comunitariamente as participações efetivamente contributivas de quaisquer agentes externos [...]

A diferença entre desenvolvimento local e desenvolvimento no local é notada de forma muito clara nas teorizações realizadas por Ávila (2000). Tais conceitos são essenciais para qualquer estudo sobre o desenvolvimento local. Segundo Buarque (1999) a diferença ajuda a enfatizar que são termos contrários, mas não contraditórios.

Ao entender o desenvolvimento local semelhantemente ao que ocorre como uma sistêmica capilar, destaca-se o desenvolvimento local enquanto um processo endógeno. É um processo endógeno registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capaz de promover o dinamismo econômico e a melhoria na qualidade de vida da população

[...] Representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local, resultante da mobilização das energias da sociedade, explorando as suas capacidades e potencialidades específicas (BURQUE, 1999, p. 9).

Estudar o local pela perspectiva do desenvolvimento local é considerado como singular. Observar suas peculiaridades é fundamental no desenvolvimento local, deve-se analisar uma comunidade com diversas potencialidades e diferentes protagonistas e a dinâmica social local segundo (KLIKSBERG, 2001).

Buscar compreender como a cultura é expressa e incorporada nos hábitos e na rotina dos indivíduos em um local específico torna-se algo muito importante, em especial quando se quer analisar determinado local pela perspectiva do desenvolvimento local, pois, segundo Kliksberg (2002), a cultura incide claramente sobre o estilo de vida dos grupos sociais.

Dentre os movimentos que influenciaram e contribuíram para a teorização do desenvolvimento local podem ser citadas as cartas elaboradas pela Organização das Nações Unidas no pós-guerra, (1945), e os movimentos ambientais como a Conferência das Nações Unidas realizada em Estocolmo em 1972. Tais Movimentos projetaram “um novo olhar sobre a dinâmica dos fluxos econômicos, que repousa sobre a possibilidade de promover autodeterminação das populações [...] agentes sociais [...] ruptura dos círculos viciosos do mau desenvolvimento” (FONTAN, 2011, p. 39).

No desenvolvimento local não se considera mais a visão de níveis verticais, mas horizontais, em que o estado e a comunidade interagem em níveis de conhecimentos de mesmo valor, cuja ênfase é dada às pequenas localidades, consideradas a partir de seus valores endógenos, articulados com os fatores exógenos, suas tradições e identidades (LE BOURLEGAT, 2011).

Para se pensar em desenvolvimento no local devem-se considerar as potencialidades de cada local, tais como a solidariedade local, cultura, patrimônio material e imaterial e entender que esse local deve estar articulado com outras regiões. É preciso ponderar as potencialidades locais, e reconhecer que a sociedade está cada vez mais complexa e interligada, exigindo, assim, articulações permanentes junto a diferentes organizações.

O desenvolvimento local não propugna o isolamento. Ao contrário, o agente local de desenvolvimento deve atentar-se aos perigos do localismo, em que se supervaloriza uma localidade que se considerada autossuficiente, sem se relacionar e articular com outros locais (LE BOURLEGAT, 2011).

Desenvolver localmente exige a compreensão de que as mudanças ocorrem em progressos setoriais que ao longo prazo identificam a qualidade de amadurecimento e consolidação da democracia participativa. Os fatores favoráveis ao desenvolvimento local exigem, nestes casos, a integração entre os diversos agentes da sociedade e principalmente o conhecimento das demandas sociais. Em consequência cria-se um ambiente de participação pessoal direta dos cidadãos, em colaborações focadas com mesmo propósito de atender alternativas. Este pensamento atrai como ponto chave a defesa da participação da comunidade nas tomadas de decisão. A construção de resultados positivos se dá pela articulação horizontal dos agentes locais e pelo uso da criatividade de criar oportunidades peculiares à região.

2.1.2 O desenvolvimento para o local

O desenvolvimento para o local parte do pressuposto de que os agentes da sociedade (governos, cidadãos, empresas e organizações da sociedade civil) de determinada localidade estão integradas e formam um consenso sobre as características econômicas da região, assim como as oportunidades para que esta se desenvolva segundo as próprias peculiaridades. Estas características envolvem a inteligência coletiva direcionada à "sustentabilidade dos processos de desenvolvimento" (DOWBOR, 2008, p. 91). Ainda segundo o autor,

Em particular, ao se deslocar boa parte das iniciativas do desenvolvimento para o nível local, aproxima-se a decisão do espaço onde o cidadão pode efetivamente participar, enfrentando em particular a questão das periferias urbanas que se tornaram a forma dominante da manifestação da nossa tragédia social (DOWBOR, 2008, p. 85).

Observa-se então a importância do desenvolvimento não somente econômico, mas fundamentalmente centrado nas pessoas e no ambiente. E, neste sentido, Carvalho (2004) defende a conscientização por parte da sociedade de que é preciso reivindicar os direitos e não simplesmente buscar a emancipação econômica. As condições relacionadas entre os estados nacionais, a aplicação de alternativas e a participação democrática, retratam a necessidade de o Estado ser forte e estar direcionado aos propósitos não somente de crescimento econômico, mas também na consolidação da democracia participativa. Neste sentido Dowbor (2006, p. 2) explica que

Estes objetivos nos levam ao conceito de articulação da regulação local com o poder do Estado. Apesar de apontar para uma política localmente enraizada, um desenvolvimento alternativo requer um Estado forte para implementar as suas políticas. Um Estado forte, no entanto, não precisa ser pesado no topo, com uma burocracia arrogante e enrijecedora. Será mais bem um Estado ágil e que responde e presta conta aos seus cidadãos. É um Estado que se apoia amplamente numa democracia inclusiva na qual os poderes para administrar os problemas serão idealmente manejados localmente, restituídos às unidades locais de governança e ao próprio povo, organizado nas suas próprias comunidades.

Abordando o campo conceitual da expressão desenvolvimento local Ávila (2003, p. 17) afirma: "A capital importância da questão se baseia em que o significado conceitual e real do desenvolvimento local pode ser encarado pelo menos sob as três seguintes óticas relacionadas". Observam-se então as características dimensionadas pelo autor:

A da relação do mundo desenvolvido com suas próprias periferias, carências e pobrezas internas e socieconomicamente desequilibradoras; a da atual relação de dependência e subjugo do mundo subdesenvolvido ao mundo desenvolvido; a da relação do mundo subdesenvolvido com suas próprias chances de efetiva e emancipadamente se desenvolver (tornando-se capaz de romper às amarras tanto internas quanto externas que o prendem ao subdesenvolvimento), a partir de comunidades-localidades concretas e bem definidas (ÁVILA, 2003, p. 17).

Sobre a primeira ótica o autor descreve que:

No caso da primeira ótica o desenvolvimento local se reduz a canal de extensão das prerrogativas básicas do desenvolvimento, já reinante nas zonas desenvolvidas, às zonas ou bolsões periféricos, carentes ou pobres de determinado país desenvolvido (ÁVILA, 2003, p.18).

Em relação à primeira ótica, a implementação do desenvolvimento local, neste caso, não pressupõe as maneiras de as comunidades localidades se relacionarem com os paradigmas do próprio desenvolvimento em curso. Nota-se também que não existem verdadeiras intenções de mudá-las visto que são elas as responsáveis pela manutenção e pelo aumento do crescimento e pelo desenvolvimento nos países ditos avançados, mantendo a condição de subdesenvolvimento na periferia. Este fato pode ser considerado como uma das formas pela qual a assimilação dos localismos globalizados ocorre nos países em desenvolvimento como globalismos localizados.

Em relação à segunda ótica, o autor discorre que além de não pressupor alterações nas supramencionadas maneiras de relacionamento o desenvolvimento local neste caso "nunca ultrapassará as fronteiras do assistencialismo" (ÁVILA, 2003, p.18). Vê-se desta forma que o desenvolvimento para o local tem sido pensado também nesta ótica como fator de comunidades periféricas, pobres ou carentes, não relacionando a comunidade sem distinguir as classes a ela envolvidas ricas e pobres.

Quanto à terceira ótica constata-se que a relação do mundo subdesenvolvido com suas próprias chances de desenvolver efetiva e emancipadamente, tornando-se capaz de romper as amarras tanto internas quanto externas, pressupõe alterações nos métodos de as comunidades-localidades envolvidas se relacionarem com os paradigmas do desenvolvimento econômico capitalista (ÁVILA, 2003). Isto implica a promoção e o fomento de mudanças em relação à própria concepção do estado de subdesenvolvimento, tornando-se possível mensurar e compreender a realidade praticada no cotidiano nas interações entre os países centrais sobre os periféricos.

A compreensão do desenvolvimento para o local como um processo de desenvolvimento exógeno, ainda não se demonstra claramente sujeito na realidade da vida social. Este fato se dá em razão da distância entre as alternativas locais desenvolvidas e as políticas públicas e privadas que são concebidas por interesses e influências externas. Ávila (2006, p. 138) afirma que

A concepção de desenvolvimento local (como processo de desenvolvimento cultural e socioeconômico emergente de dentro para fora da própria comunidade/localidade, em escala emancipatória que a alce à condição de sujeito e não de mero objeto mesmo – que - participante desse processo) só agora vem chegando à tona de maneira sistematicamente trabalhada, razão pela qual as instâncias públicas e privadas do Brasil e de quaisquer outros países ainda não tiveram oportunidade e sequer preocupação de vincarem a essência lógica do desenvolvimento local endógeno emancipatório em suas políticas e programações institucionais.

Resume-se que observadas as interações citadas acima, sobre a conscientização da própria situação de subdesenvolvimento por parte da sociedade, destaca-se como o primeiro fator condicionante à transformação é a emancipação social. Observa-se também que, desde o seu conceito à prática efetiva, a correlação entre os ambientes pauta-se na integração e mobilização de diversos agentes locais e globais, da participação dos cidadãos e organizações da sociedade civil à regulação dos mercados e estados, transpondo as influências econômicas e passando-se à emancipação social participativa.

2.1.3 O desenvolvimento local

O conceito de desenvolvimento local difere de toda e qualquer abordagem genérica e anterior de desenvolvimento. No Brasil, até a década de 1950, quando se implantou de vez a chamada era desenvolvimentista, este era visto como um “fim buscado” e o fator analisado

era principalmente o econômico e privilegiava os aspectos materiais, regidos por uma razão instrumental.

No novo conceito, o desenvolvimento é visto como “processo”, pensado basicamente de forma integrada, sistêmica, agregando-se a sua abordagem múltiplas dimensões (econômica, social, cultural, política, ambiental) e com características endógenas, pois deve partir de forças locais que se conjugam às demais. Privilegia os aspectos imateriais, como capital social, conhecimento, aprendizagem, e a participação dos agentes locais.

De acordo com Barquero (1999), o desenvolvimento local, abordado como desenvolvimento endógeno dos anos de 1980 e 1990, caracterizou-se como política estratégica, que sucedia a política redistributiva dos anos de 1960 e 1970. Tinha como finalidade aproveitar os recursos existentes, de forma eficiente, para promover um sistema produtivo eficaz, portanto mais competitivo e gerador de emprego e renda. Promovia-se, por meio dele, a guerra entre os lugares, conservando assim o princípio do velho modelo baseado na razão instrumental, que valoriza principalmente os fatores materiais. Já no novo milênio, emergiu uma política de desenvolvimento de terceira geração, cuja dinâmica produtiva do desenvolvimento local passou a vir atrelada ao território. A finalidade, segundo Barquero (1999), foi valorizar fatores específicos dos diferentes territórios, especialmente de ordem imaterial (conhecimento, tecnologia, qualificação), que pouco se reflete no preço, mas reforça a diferenciação territorial.

Desse modo, o desenvolvimento local passa a ser uma política estratégica de dinâmica produtiva e territorial. A estratégia baseia-se no modelo de dinamização da economia empreendida pela rede interativa de agentes, que se apoia nas especificidades dadas pelos diferentes contextos territoriais (BARQUERO, 1999). Os agentes locais passaram a se capacitar para, de forma mais reflexiva e mais emancipada, proporem respostas inovadoras especificamente ajustadas a seu território vivido. Isso passou a se dar em um processo de reinvenção constante, por meio de geração de tecnologias e produtos específicos, tendo em vista um cenário futuro desejado pela coletividade.

Em realidade, Barquero (2001) e vários outros estudiosos do desenvolvimento vêm tendo clareza, especialmente diante da complexidade do mundo com a qual se passou a lidar diante da globalização, de que os fatores tradicionais da economia já não seriam mais suficientes para explicar o desenvolvimento. A complexidade de situação do mundo passou a exigir dos lugares ações mais complexas que pudessem integrar ao mesmo tempo um conjunto de variáveis, não somente de natureza econômica e material. Barquero (2001) passou a ver a globalização como um novo paradigma que exige novas competências de mercado.

As variáveis sociais e culturais passaram a ser valorizadas e nelas especialmente aquelas de natureza não mercantil, que Barquero (2001) chama de capacidades imateriais. Pode-se referir, nesse caso, à identidade de grupo e com o local, participação social, a capacidade de agir em rede e, de forma cooperativa, de aprender coletivamente, de criar ações de coordenação e de fazer parcerias estratégicas e, consequentemente, inovar. O autor considera que a lei de rendimentos decrescentes torna-se apenas uma das alternativas do crescimento econômico, mas os investimentos nos aspectos imateriais da sociedade podem resultar nesses rendimentos crescentes, graças à difusão das inovações. Nesse sentido, conforme lembra Barquero (1999), o desenvolvimento local de âmbito territorial apoia-se principalmente na capacidade de aprendizagem e reflexão dos agentes locais para construir estratégias de desenvolvimento territorial. São os chamados “fatores imateriais do desenvolvimento”, ou recursos territoriais com potencialidade para gerar soluções inovadoras constantes e apropriadas às especificidades locais.

Nesse modelo, os fatores imateriais são considerados mais fundamentais do que os de natureza material. Torna-se fundamental nesse processo a constituição da rede de cooperação territorial, que consiste em um conjunto de relações comunicativas dentro e entre grupos sociais construídos em determinado território de vida, estabelecidos para inovar de modo a atingir objetivos comuns com vistas ao desenvolvimento territorial. Segundo Pecqueur e Zimmermann (2004), no território vivido as relações econômicas estabelecidas também sofrem efeitos de proximidade. Nele os sujeitos que integram as empresas e as instituições se encontram corporalmente e vivenciam o mesmo cotidiano. Nesse contexto territorial, revelam-se elos afetivos, chamados pelo autor de “forças não mercantis”. Elas fortalecem o sentimento de identidade de grupo e deste com o lugar de vida. Esses sentimentos são fundamentais e garantem maior cumplicidade dos agentes em relação ao projeto coletivo. O desenvolvimento local em contexto territorial, na perspectiva de Pecqueur e Zimmermann (2004), implica mobilização dos agentes de desenvolvimento na elaboração de estratégias de adaptação diante das pressões externas, com base em uma cultura coletiva vivida no território. Essa mobilização, conforme Pecqueur e Zimmermann (2004), expressa-se segundo uma cultura construída no cotidiano vivido no território. As relações em rede manifestam as várias dimensões socialmente construídas – cultural, social, política e ambiental, entre outras.

A reflexão coletiva se faz com base na visão que os agentes constroem a respeito de seu território de vida, no contexto social, político, ambiental e da cultura ali construída. Llorens (2008), a partir desse processo sistêmico, holístico, no qual estão enraizados, é que os agentes reinventam o negócio comum do grupo e nele o novo território. No que tange à ino-

vação, no desenvolvimento local em contexto territorial passou-se a concebê-la não mais dependente de um simples inventor ou do resultado de uma pesquisa científica, cujo conhecimento passa a ser aplicado e transferido, mas de conhecimentos organizados no território de forma interativa em um processo social coordenado.

Ainda de acordo com Llorens (2008), abandona-se, nessa nova abordagem do desenvolvimento, o enfoque tradicional e linear da inovação, para se adotar o enfoque sistêmico e territorial. Considera-se nesse caso, o fenômeno social interativo complexo com múltiplas retroalimentações e diversas interfaces do conhecimento dos agentes em cada território. Assim, conhecimento e tecnologia deixam de ser vistos como uma simples transferência de quem sabe para quem não sabe, para se transformar em diálogo de saberes.

Nesse caso parte-se do princípio de que cada ator pode deter um fragmento de saber, seja do processo produtivo, gerencial, de mercado, como usuário, entre outros. Os agentes locais aprendem mutuamente e aprendem também com o apoio de organizações e instituições. Geralmente fazem parte desse processo interativo organizações que detenham infraestrutura de P&D (universidades, escolas técnicas, laboratórios, entre outros), centros de transferência tecnológica e de análise de mercado (incubadoras, observatórios), organização que capacitam e associações, certificadoras, entre outras.

Llorens (2008) também se refere à interação com instituições e políticas públicas capazes de incentivar e guiar as tomadas de decisão. Esse processo inclui a participação dos trabalhadores nas decisões empresariais que possam afetar as possibilidades de aprendizagem dentro dos empreendimentos e entre eles. Constrói-se, assim, um sistema territorial de inovação. Já tem sido significativo o elenco de estudiosos, especialmente europeus, como economistas, geógrafos e sociólogos, a exemplo de Denis Maillat (1940-2013)¹³, Christopher Freeman (1921-2010)¹⁴, entre outros, que passaram a valorizar a difusão das inovações no território e a construção coletiva do conhecimento como os grandes impulsionadores das transformações dos sistemas produtivos.

As inovações prevalentes, nesse caso, não são radicais, mas apenas incrementais e fruto da ampliação da competência coletiva no seu aprendizado constante (BARQUERO, 2001).

¹³ Denis Maillat (1940-2013) foi um professor e pesquisador suíço, especialista em geografia e inovação (VALE, 2012). As informações foram extraídas do artigo sobre Denis Maillat em 2017, por isso já contém aqui o ano do seu falecimento.

¹⁴ Economista inglês que dedicou os seus estudos a pesquisas sobre inovação em contextos educativos. Sobre o autor cita-se aqui uma de suas obras **Systems of innovation**, publicado pela editora britânica Edward Elgar em 2008.

Para esse processo de desenvolvimento que se torna econômico, social, cultural e político e, ao mesmo tempo, portanto territorial, Barquero (2001) ainda lembra que não depende exclusivamente da ação de grandes empreendimentos e nem privilegia um ou outro. O desenvolvimento depende basicamente da capacidade de se aliar, de fazer parcerias inteligentes com grande flexibilidade. Não é o tamanho da empresa o impulsionador do sucesso em cada território, mas a forma como as empresas se organizam e se coordenam entre si e com as organizações e instituições de apoio. Desse modo, podem atuar redes de grandes empresas, redes de pequenas e microempresas, microempresários individuais, desde que se construam formas inteligentes de conectá-las e coordená-las entre si. Parceria, concertação (negociação) e cultura empreendedora são consideradas requisitos fundamentais do desenvolvimento local e conduzem a várias direções de encontro, sejam entre o de cima para baixo e o de baixo para cima, entre o Estado e a comunidade (LEVY; JOYAL, 2011).

O tradicional mercado internacional de produtos padronizados, ao se tornar mais complexo diante da maior visibilidade e acessibilidade a que se passou a ter em relação aos mercados específicos (de oferta e de compra), começou a ceder lugar para produtos diferenciados e que revelam as especificidades de alguns lugares (a exemplo do queijo de Parma e do vinho de Bordeaux, do champanhe de sua região de origem, entre outros). O desenvolvimento local tornou-se o processo adequado na promoção de ações complexas em territórios bem definidos, capaz de privilegiar as particularidades do lugar, seja do ambiente natural, cultural, social e econômico, com a participação ativa dos agentes locais, com apoio das instituições.

Barquero (2001) reforça, diante desse novo cenário mundial, a possibilidade que a globalização oferece para o relacionamento entre empresas, organizações e instituições de diferentes contextos, cada uma adaptada as suas condições particulares. Conforme também assinala Storper (1997 *apud* TARTARUGA, 2010), a rede de agentes, quando estabelecida no território vivido, apresenta capacidade para ampliar seu potencial de desenvolvimento endógeno, graças a três variáveis conjugadas – organização em rede, território e tecnologia –, que apresentam como pano de fundo um conjunto de relações não mercantis. Para a primeira variável de Storper, a “organização” supõe um sistema produtivo construído pela rede de agentes que se coordenam em uma condição de proximidade e das convenções, regras informais e hábitos, estabelecidas em um processo cultural construído socialmente no cotidiano vivido. Neste contexto de relações, cada território vivido passa a depender não só de recursos materiais, mas especialmente da reflexibilidade e aprendizagem dessa rede de agentes (recursos imateriais) para a sua sustentabilidade. Um conjunto de agentes inter-relacionados (privados, governamentais, da sociedade civil e instituições) pode construir o que Storper chama de “eco-

nomia de relações” baseada na capacidade de reflexão conjunta para atuar estrategicamente no território. Neste processo, o sistema de coordenação orientado especialmente pelas convenções, regras informais e hábitos locais, passa a contar com protagonismo de pessoas que nem sempre aparecem como agentes empresariais e institucionais, mas também como indivíduos conhecidos por todos os demais.

A segunda variável, que é o “território”, refere-se àquele território produzido pela rede articulada de agentes no território vivido, gerador de um campo operatório de aprendizagem e reflexão, com potencial para produção constante de novos conhecimentos, portanto, um “campo de poder”, que também tem efeito de difusão no âmbito da realidade, considerada seu mundo. Storper (1997 *apud* TARTARUGA, 2010) chama a esse campo interativo imaterial construído na relação entre os agentes de “bens relacionais”, considerado mais fundamental do que os bens materiais. Com efeito, tais conhecimentos, quando combinados no ambiente interativo do território em rede e que ainda se alimentam de conhecimentos externos, geram soluções criativas e mais ajustadas às especificidades de cada realidade para garantir sua sustentabilidade (LE BOURLEGAT, 2011).

A terceira variável de Storper, “tecnologia”, que ele aborda como mudança tecnológica, trata exatamente dessa questão da inovação geradora de especificidade territorial. Para ele, a tecnologia, quando produzida no âmbito do território, não emerge apenas da aplicação de conhecimentos técnicos e científicos padronizados. Diferentemente do padrão econômico anterior, na medida em que a nova tecnologia se constrói a partir do diálogo entre esses conhecimentos codificados e facilmente transmissíveis e aqueles já construídos no cotidiano vivido do território (conhecimento tácito), torna-se difícil de ser transmitida fora do seu contexto. Essa condição atribui à tecnologia inovada um caráter de especificidade que só pode ser bem utilizada no território em que foi engendrada.

É, sobretudo, a vivência do território que contribui para a geração dos conhecimentos locais específicos informais no diálogo com conhecimentos formalizados. As inovações territoriais, nesse caso, são tanto de natureza econômica quanto de natureza social. Os produtos obtidos no processo produtivo de um sistema territorial por tecnologias específicas, também, são considerados “produtos específicos” gerados nesses mundos específicos de cada território. Storper (1997 *apud* TARTARUGA, 2010) percebe cada sistema de produção territorial como um mundo de produção e de inovação específicos. Lembra também que vários sistemas de produção em uma mesma realidade vivida podem conviver como mundos entrelaçados.

Para Ávila (2000), o desenvolvimento local significa o efetivo processo de desenvolvimento das capacidades, competências e habilidades da comunidade de um território, com

identidade social e histórica definida, de modo que ela mesma, com apoio de agentes internos e externos, possa, por meio da solidariedade, agenciar e gerenciar os recursos disponíveis para solução de seus problemas, necessidades e aspirações.

Isso significa ampliar a própria capacidade cidadã de garantir maior autonomia nos processos de decisão e gerenciamento a respeito do seu lugar de vida e, ao mesmo tempo, ampliar os laços de conexão com áreas externas e o mercado global, na conquista de meios mais sustentáveis de vida. As capacidades humanas emancipadoras nas tomadas de decisão e ações de coordenação exigem visão integral do território vivido por uma determinada coletividade e implica o protagonismo dos sujeitos com ações refletidas coletivamente, para serem planejadas, revisadas e retomadas constantemente (ÁVILA, 2000).

Por esse processo, buscam-se constante adaptação e superação por meio de geração de inovações, com o suporte de competências coletivas construídas na rede de relações sociais. Nota-se que o desenvolvimento local no território de vida valoriza a dimensão humana e social, na medida em que amplia as opções das coletividades, não só para suas necessidades materiais, mas também imateriais.

Conforme lembra Boisier (1999), esse processo envolve benefícios imateriais, como maior liberdade de movimento e de expressão, ausência de opressão, de violência e de exploração que subjuga. Segundo ele, as coletividades sentem que se potencializam e para caminharem nesse sentido passam a valorizar mais a coesão social e o direito de afirmar sua tradição e sua própria cultura. Conforme se apreciou a respeito do conceito de desenvolvimento local em contexto territorial, pode-se concordar com Ávila (2000), que, por si só, ele incorpora a ideia de desenvolvimento integrado, humano e sustentável, este em suas diferentes dimensões.

Por sua vez, como se pode depreender, a dimensão territorial contemplada no desenvolvimento local é aquela do território local, vivido por uma ou mais coletividades, definido por uma mesma identidade e cenário de futuro. De acordo com Le Bourlegat (2011), o território local, este visto como o lugar em que a “vida acontece” e realidade concretamente vivida pelos sujeitos, constitui o ambiente propício para abrigar a rede articulada de agentes econômicos que sabem refletir e aprender juntos com o apoio das instituições locais. Desse processo, segundo a autora, é que emergem as capacidades, a inteligência coletiva para soluções criativas nos processos de governança territorial nas redes de interdependência. São capacidades que ajudam a ampliar o campo de poder no interior do território local na garantia de sua sustentabilidade. No caso de coletividades mais vulneráveis, o desenvolvimento de suas capa-

cidades, de suas competências e de habilidades pode contar com o suporte de agentes de desenvolvimento local.

De acordo com Ávila (2006), para se promover um processo endógeno emancipatório, esse tipo de agente pode cumprir um papel muito importante, tanto como inseminador/disseminador do desenvolvimento local nas culturas institucionais e dos agentes locais, como de pedagogo social no território em que atua. Para ele, não se trata do agente exercer uma simples função técnica, mas também de, e sobretudo, promover uma formação contínua no âmbito das coletividades, das organizações públicas, privadas, governamentais, não governamentais de várias escalas territoriais, assim como dos programas e projetos de desenvolvimento territorial. Como pedagogo social por saber se inserir no cotidiano vivido das pessoas e utilizar do princípio socrático da maiêutica (o parto das ideias) no grupo ou coletividade com o qual atua.

Essa atitude do agente local de desenvolvimento é, para Ávila (2006), a forma de implementar a cultura da capacitação individual e coletiva para o autodesenvolvimento emancipatório. Nesse processo inexiste metodologia específica por parte desse agente em relação ao rumo do desenvolvimento a tomar, pois este deve emergir naturalmente nesse procedimento maiêutico.

2.2 O desenvolvimento e o território

Quando uma empresa decide se estabelecer em um território, a opção é por um lugar o qual pode ser visto como espaço vivido e que ao longo do tempo ser estabelecido laços com a comunidade local. Nesse aporte inicia-se uma interação com os habitantes da região, expressando uma vivência do dia a dia, estabelecendo relações efetivas e estratégicas com seu ambiente de vida, tanto no indivíduo quanto na coletividade. Esse processo recebe do nome de territorialidade, que pode ser entendida como uma manifestação do conjunto de relações estabelecidas entre o que o sujeito e o território vivido e provém de relações constituídas em um sistema tridimensional sociedade-espacotempo, mostrando nas múltiplas escalas espaciais e sociais; “a face vivida e a face agida do poder” (RAFFESTIN, 1993, p. 162).

Dessa forma o território escolhido pela empresa para fixar-se passou ser a razão principal das relações humanas, pois no próprio ato de reconhecer o território, o sujeito consegue se perceber enraizado nele, sendo importante na construção das relações sociais para perma-

nência no local. Martín-Barbero (2003, p. 59) complementa a importância do território na construção social, afirmando que:

Não é possível habitar no mundo sem algum tipo de ancoragem territorial, de inserção no local, já que é no lugar, no território que se desenrola a corporeidade da vida cotidiana e a temporalidade - a história - da ação coletiva, base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, características fundadoras da comunicação humana, pois, mesmo atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito do tecido das proximidades e das solidariedades.

De acordo com Bourdieu (1990), tal construção social se associa a um conjunto de recursos potenciais ligando-se à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas para um conjunto de agentes dotados de interesses comuns e que lhes permite melhor aproveitar os recursos econômicos e habilidades existentes. É exatamente o que acontece com as empresas que se fixam em um território, indivíduos com têm à capacidade, habilidade e experiência, quanto ao conhecimento formal e agregam valor a uma organização (FRANCO, 2003).

Vale ressaltar que diversos elementos unem as especificidades locais, como a proximidade do território, os produtos ali produzidos, os recursos humanos e a tecnologia que possibilitam um desempenho muito favorável dos agentes envolvidos na comunidade, colaborando para o processo de inserção e sobrevivência no mercado. No entendimento de Albuquerque (1998, p. 15), o desenvolvimento local é um fato que coloca em evidência os agentes sociais, as redes de cooperação e o sistema institucional que eles conseguem construir e também projetos coletivos. Este mesmo autor sinaliza que:

Um processo de articulação, coordenação e inserção dos empreendimentos empresariais, associativos e individuais, comunitários, urbanos e rurais, a uma dinâmica socioeconômica de reconstrução do tecido social de geração de emprego e renda (ALBUQUERQUE, 1998, p.16).

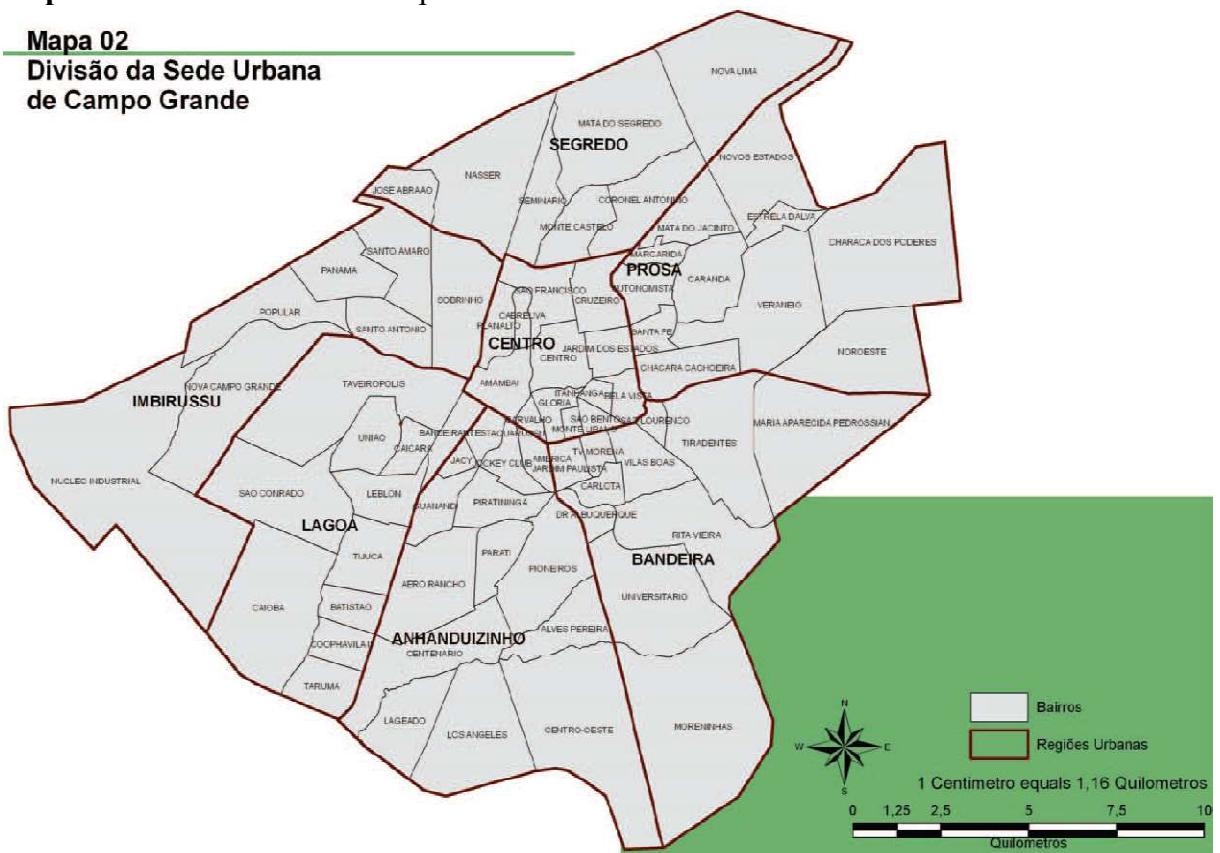
Identifica-se nesse processo de endogeneização um desabrochamento das capacidades, competências e habilidades de uma comunidade visando à autogestão e ao aproveitamento das suas próprias potencialidades e à melhoria da qualidade de vida de seus integrantes. Para que isso ocorra descobriu-se a inserção no seu ambiente, a cultura solidária.

O território sobre o qual este trabalho discorre é o território urbano de Campo Grande que, segundo Sauer *et al.* (2012), tinha, em 2012, 77 bairros, divididos em 7 grandes regiões, ou seja: Anhanduizinho, Bandeira, Centro, Imbirussu, Lagoa, Prosa e Segredo. O mapa a seguir ilustra essas divisões:

Mapa 1 Divisão Urbana de Campo Grande

Mapa 02

Mapa 01 **Divisão da Sede Urbana de Campo Grande**



Fonte: Sauer *et al.* (2012, p. 19).

O mapa acima mostra o território da cidade de Campo Grande, ou seja, o território no qual chegam as ondas da FM Educativa UCDB 91.5, objeto de várias ações comunitárias desenvolvidas ao longo de 2015 e 2016, com o fito de levar alguns serviços básicos para a população em geral. No último capítulo, quando se tratar especificamente das Ações Comunitárias promovidas pela FM Educativa UCDB 91.5, serão apresentados outros mapas, além de alguns gráficos que explicitam a exclusão social em Campo Grande, com destaque para as regiões que já receberam as ações da emissora juntamente com os seus parceiros.

2.3 As empresas e o desenvolvimento local

A cada dia que passa o mundo é capitulado por um arsenal de tecnologia sem precedentes. O que era moderno ontem, hoje já é ultrapassado. A ciência combinada com a tecnologia tem sido um grande potencial de lucros, hoje aproveitada pelas empresas. Antigamente a única empresa de determinado produto localizada em um município era vista como um potencial de lucros, por não haver concorrentes. Atualmente a ideia de *cluster*, ou seja, de aglomerado econômico, já muda completamente essa visão.

Essas empresas investem muito dinheiro na tecnologia, e cada vez mais ganham um espaço importante no mercado. Esse mercado é muito disputado, e qualquer oscilação, tanto na empresa quanto no mercado tem um impacto visível. Quer seja no desaparecimento da empresa, pois seu produto não desponta potencialidade de venda ou a tecnologia usada não despertou aumento das vendas, ou mesmo uma perda substancial de mercado, em que aquela fatia de consumidores não consome mais seus produtos.

2.3.1 As empresas e a dinâmica do desenvolvimento

A importância das empresas pode ser facilmente percebida na sociedade. Segundo Filion (1999), a Grã-Bretanha foi um dos primeiros países a entender a importância das empresas no crescimento econômico, para a geração de novos empregos. Além da importância econômica – a maioria das unidades produtivas são empresariais e contribuem significativamente com a constituição do Produto Interno Bruto (PIB) – possuem grande relevância social – pois geram boa parte dos empregos no país – e política, na medida em que se mostra um universo potencial e contraditoriamente substantivo: por um lado, “pode se transformar em um sujeito político a partir da sua autopercepção e assunção como categoria socioeconômica” e, por outro, “dessangra e atomiza a massa trabalhadora assalariada” (MONTAÑO, 1999, p. 10).

Outro aspecto a ser observado é que quem representa uma empresa também deve estar sintonizado nas principais mudanças, para que atenda à sociedade de maneira satisfatória. Para atender às necessidades das pessoas, que também são consumidoras, é que entra em campo o tema da inovação, como já foi mencionado anteriormente, o da competitividade e o da inovação, sendo que esta última pode nascer de uma busca de oportunidade, da criação de oportunidades ou da transformação de situações e pode gerar, num primeiro momento, sucesso.

Em um ambiente de concorrência acirrada, a empresa competitiva deve buscar criar e sustentar uma vantagem aos seus compradores (PORTER, 1991). A questão da competitividade traz, por seu turno, à tona um grande problema do mundo das pequenas e microempresas, que é o da falta de reconhecimento de que a gestão é algo que passa por uma construção que a partir do momento em que se cria uma empresa abre-se o espaço para a reflexão sobre a gestão, incluindo a busca de capacitação para compreender a problemática de um dado setor empresarial em que se opera.

No Brasil, as discussões em torno da crítica à noção de desenvolvimento como crescimento econômico e industrialização e a construção da noção de desenvolvimento sustentável, a partir da publicação, em 1974, do livro **O mito do desenvolvimento econômico¹⁵**, por Celso Furtado, ocorreram articuladas às discussões referentes ao poder local e à percepção deste como protagonista do desenvolvimento, ampliando-se no sentido de transferir constitucionalmente para o poder público local responsabilidades no domínio da implementação de políticas públicas que garantam a sustentabilidade dos processos de desenvolvimento.

Ao resignificar a noção de desenvolvimento, ampliam-se as possibilidades de assimilação de novos temas, responsabilidades e papéis para agentes individuais e coletivos, dando visibilidade às proposições constituídas em escala local. Nesta dimensão, é possível incorporar o ideário da responsabilidade social empresarial, entendida como compromisso das empresas com todos os grupos de alguma forma atingidos pelos seus negócios, enquanto componente na construção de estratégias de afirmação de cidadania nos espaços locais.

Faz-se relevante ressaltar que as discussões em torno da responsabilidade social empresarial intensificam-se especialmente a partir dos anos 1990, num cenário de acirramento da competitividade para as empresas e de desenvolvimento de novos modelos de gestão e organização da produção. Assim sendo, na busca por um espaço no mercado global, muitas empresas passam a ampliar suas preocupações para além das questões econômicas, e agregam aos seus modos de fazer negócios aspectos concernentes à preservação ambiental e à atuação social.

Dada a complexidade do ambiente empresarial futuro, os gestores deverão estar atentos a uma nova maneira de fazer negócios, baseada na crescente velocidade da informação e na necessidade de se trabalhar coletivamente: parcerias e alianças estratégicas. O quadro atual da economia mundial tem apontado para três grandes vetores: no plano econômico, a globalização e a consequente competição internacional; no plano social, a regionalização, até como resposta aos efeitos da globalização econômica que obrigam os países a reduzirem seus custos e a “saírem” do assistencialismo e, por fim, no plano político, a descentralização, pois cada região necessita de flexibilidade para arranjar seus fatores e tornar-se competitiva.

A essa competitividade num ambiente de regionalização social e descentralização política associa-se a cooperação. Os sistemas econômicos locais competitivos são o fruto de um planejamento regional em que se busca ter aglomerações econômicas (os chamados *clusters*)

¹⁵ Furtado, Celso. **O Mito do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

competitivas, com o adicional da componente social/comunitária. Um aglomerado competitivo caracteriza-se por ocupar todos os espaços da economia nos três setores. Uma região voltada para produtos agroindustriais, por exemplo, também produz equipamentos agroindustriais, tem produção agrícola avançada, tecnologia em toda a cadeia, turismo vocacionado e feiras internacionais, etc.

A sinergia obtida, especialmente na geração de tecnologia (*royalties*), é significativa. A verticalização da região (alto nível de alto consumo) significa ocupação de todos os espaços econômicos e o consequente alto nível de empreendedorismo. Essa é a nova lógica: empresas desverticalizadas, região verticalizada.

Trabalhando em conjunto, as empresas conseguem ganhos na compra de matéria-prima, reduzem custos e a burocracia, facilitam o transporte e estabelecem uma relação de confiança entre si, além de conquistar maior prospecção do mercado. Esse modelo de trabalho integrado foi a garantia de sucesso de regiões como o Vale do Silício, nos Estados Unidos, com os circuitos integrados de computadores e toda a indústria de *software* e *hardware*, bem como na indústria da moda e calçados no norte da Itália, na região da Lombardia.

Apesar da ideia de associativismo e de cooperativismo, o agrupamento não afeta a competição entre as empresas na medida em que pode criar um equilíbrio entre cooperação e competitividade. Esse novo conceito de gestão associativa pode ser o responsável pelo aumento da produção do polo calçadista de Franca, no interior de São Paulo. A meta de crescimento, traçada em longo prazo, leva em conta toda a cadeia produtiva de calçados da região, do fabricante de sapato ao curtume, passando pelo fabricante de embalagens e de peças até chegar ao consumidor final.

A sinergia, evidentemente, é ajudada por mecanismos de integração. Assim, uma região deve ter mecanismos de integração de primeiro grau, que são os consórcios de empresas, cadeias de fornecedores de grandes empresas, consórcios de marca e outras formas de cooperação entre as empresas. Mecanismos de integração de segundo grau que são as associações empresariais proativas e cooperativas de crédito e que são integradas por empresas e redes de empresas. Mecanismos de integração de terceiro grau que são criados por todos os agentes interessados no desenvolvimento da região (empresas, governo, bancos, universidades, etc.).

Por fim, o mecanismo de integração de quarto grau que seria a Agência de desenvolvimento da Região, segundo Casarotto Filho e Pires (2001). O Brasil, como a grande maioria dos países, enfrenta problemas sociais crônicos, desemprego, má distribuição de renda, balança comercial deficitária, etc. O desenvolvimento regional pode ser a alternativa para a supera-

ção desses problemas. Uma região competitiva tem condições de aumentar as exportações e gerar empregos. Além disso, o vetor da regionalização pode atuar no eixo de atenuação das desigualdades. Além disso, qualquer processo de desenvolvimento local deve considerar a variável cultural, pois ela pode chegar a representar um nó estruturante em todo o processo.

Todo processo de mudança causa inquietações e resistências nos indivíduos que fazem parte de uma comunidade. A potencialidade básica de qualquer local, região ou país está assentada em sua população, ou ainda amplamente, em seu ambiente: a interação das pessoas, por meio de sua cultura, com o território e suas relações externas. Essa é a alavanca principal do processo de desenvolvimento e que requer grandes esforços de fomento e promoção.

Para tanto se deve poder contar com as estruturas institucional e social existentes. Porém, nesses projetos, a “ótica do desenvolvimento” é nova e o seu resultado está vinculado à transformação dessa ótica em “paradigma”, tornando a concepção comum a todos os agentes sociais envolvidos no processo. A escolha de um processo de implementação de um modelo de desenvolvimento local dependerá das características encontradas na microrregião, das determinadas necessidades endógenas dos ambientes em estudo de acordo com o grau de interação das redes internas e, ainda, da capacidade de reação do tecido econômico e institucional para as novas condições ambientais.

Assim, devem-se concentrar esforços na criação de uma base de conhecimento para os agentes envolvidos no processo de promoção do desenvolvimento para que dessa forma se possa chegar a uma linguagem comum, desenvolver as redes relacionais essenciais e, ainda, promover a efetiva colaboração estratégica e operativa que poderá proporcionar fortes efeitos sinergéticos.

Na dinâmica da empresa, considera-se crescimento todos os aspectos quantitativos associados ao negócio, como resultados econômico-financeiros, volume de vendas, lucro, produção, participação no mercado e aquisições, entre outros. Como desenvolvimento, concebem-se os aspectos qualitativos relacionados a motivação das pessoas, ética, esperança, trabalho em equipe, criatividade, coragem liderança, comunicação, aprendizado individual e coletivo, os estágios de maturidade das pessoas que compõem a empresa. Em uma empresa saudável há que estar sempre presente o equilíbrio dinâmico entre esses dois aspectos – o crescimento e o desenvolvimento (MOGGI; CHAVES, 2013).

No desenvolvimento requer-se o crescimento dos níveis de iniciativa, de protagonismo, de capacidade de fazer acontecer, ou seja, atitude proativa e cultura empreendedora. O

desenvolvimento não é possível sem uma conduta empreendedora das pessoas (PAULA, 2009).

2.3.2 Panorama das empresas no território de Campo Grande

Em 2011, o Instituto Fecomércio de Mato Grosso do Sul (IFMS) realizou um estudo sobre **As perspectivas econômicas do Estado**. O foco do estudo era a competitividade dos setores de comércio, serviços e turismo. O mesmo estudo tinha como subtítulo: **Perspectivas até 2020**. Além de apresentar dados sobre o Estado de Mato Grosso do Sul, como um todo, apresentou dados regionalizados sobre as empresas, empregos e os diversos serviços disponibilizados à população em geral.

Em Mato Grosso do Sul, por exemplo, em 2009, segundo o mesmo estudo acima referido, a distribuição dos setores econômicos, segundo as categorias setor primário, setor secundário e setor terciário e de serviços, usadas por institutos como o IBGE, Fundação Getúlio Vargas (FGV) e o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), entre outros, apresentava os seguintes percentuais, respectivamente, em relação à quantidade de empresas: setor primário, 20,14%; setor secundário, 9,21%; comércio e serviços, 70,15%; administração pública, 0,50%. O IFMS discriminou quais atividades são inerentes, por exemplo, ao setor terciário. Este foi dividido da seguinte maneira: setor comércio – comércio atacadista e comércio varejista; setor serviços – instituições de crédito, seguros e capitalização; administração de imóveis, valores mobiliários e serviços técnicos; transportes e comunicações; serviços de alojamento, alimentação e reparação; serviços médicos, odontológicos e veterinários; ensino; setor administração pública – administração pública direta e autárquica.

Esses dados foram confrontados com a ocupação, ou seja, os empregos em âmbito estadual. Embora representasse 20,14% das empresas, o setor primário empregava, também em 2009, 11,63% da população; o setor secundário, embora com um menor número de estabelecimentos, empregava 19,73% da população economicamente ativa; já o setor de comércio e de serviços, que tinha mais de 70% das empresas, empregava 43,66% da população economicamente ativa. Merece destaque o dado que segue. A administração pública respondia por 24,97% da população empregada.

Quando aplicados para as regiões nas quais o estado foi dividido, ou seja, Campo Grande, Coxim, Naviraí, Dourados, Andradina, Corumbá, Três Lagoas, Paranaíba, Jardim e

Ponta Porã, os dados relativos à região de Campo Grande, que comporta os municípios de Bandeirantes, Camapuã, Campo Grande, Corguinho, Dois Irmãos do Buriti, Figueirão, Jara-guari, Nova Alvorada do Sul, Ribas do Rio Pardo, Rio Negro, Rochedo, Sidrolândia e Tere-nos, apontam que esta região possui 39% dos domicílios do estado, 38% da população, uma taxa de crescimento de 1,67%, densidade demográfica de 14,5%, taxa de natalidade de 16,98%, taxa de mortalidade de 6,5%, taxa de analfabetismo de 9,9%, 429 habitantes por leito de hospital, 69,37% de água encanada, índice de urbanização de 92,45% e Índice de desenvolvimento Humano (IDH) de 0,803.

Quanto aos aspectos econômicos, a região produzia 38% do produto interno bruto (PIB) do estado, possuía uma renda *per capita* de R\$ 14.000,00, 3.736 empresas ligadas à indústria e 4.966 ligadas ao agronegócio, 14.699 estabelecimentos comerciais e 14.404 empresas prestadoras de serviços, além de 175 instituições públicas, representando 38,20% de toda a economia estadual. Quanto ao emprego, a região de Campo Grande possuía, em 2009, 43.935 pessoas alocadas no setor industrial, 13.693 alocadas no agronegócio, 77.769 servidores públicos e 82.356 pessoas alocadas no setor de serviços.

Em certo sentido esses dados mudariam se o estudo fosse feito após a grande crise que se instalou no Brasil a partir de 2014, em que todos os setores econômicos perderam fôlego e, por último, redundou no crescimento do desemprego, na queda da atividade econômica e na perda do poder econômico das famílias. No entanto os dados são suficientes para o estudo que aqui se realiza.

A pesquisa do IFMS (2011) ganhou novos dados trazidos pelo IBGE (2016). Foram selecionados alguns dados relativos exclusivamente ao município e não à divisão regional de Campo Grande, cujos dados são compartilhados com outros municípios. Segundo o IBGE, Campo Grande terminou o ano de 2016 com uma população estimada em 863.982 habitantes. O mapa da pobreza e da desigualdade do município como um todo era o seguinte:

Tabela 1 – Mapa da pobreza e da desigualdade em Campo Grande-MS

Incidência da pobreza	29,25
Incidência da pobreza subjetiva	21,49
Índice Gini	0,46
Limite inferior da Incidência da Pobreza subjetiva	20,84
Limite inferior da Incidência de Pobreza	27,69
Limite inferior do Índice Gini	0,44
Limite superior da Incidência da Pobreza subjetiva	22,15
Limite superior da Incidência de Pobreza	30,81
Limite superior do Índice Gini	0,47

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000 e Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF 2002/2003.

A tabela acima é muito importante porque apresenta um retrato da desigualdade que existe em Campo Grande – que é mensurado pelo Índice Gini¹⁶, que, segundo o IBGE (2010), vai de 0 a 1, sendo que, quanto mais próximo de 1 estiver, mais o nível de pobreza é elevado, e vice-versa, quando mais próximo de 0 estiver o nível de pobreza é menos acentuado –, mas ele precisa ser completado com outros dados, como, por exemplo, o IDH, que em 2010 era de 0,784, segundo o **Atlas Brasil 2013**, do Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento (PNUD).

Quanto às empresas a tabela a seguir apresenta um quadro do número de empresas, dos empregados e dos salários no município de Campo Grande, em 2014:

Tabela 2 Estatísticas do cadastro central de empresas – 2014

Número de empresas atuantes	24.209 unidades
Número de unidades locais	25.836 unidades
Pessoal ocupado assalariado	276.741 pessoas
Pessoal ocupado total	307.936 pessoas
Salário médio mensal	3,4 salários mínimos
Salários e outras remunerações	9.234.135 mil reais

Fonte: IBGE,Cadastro Central de Empresas 2014. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.

No último capítulo se voltará a esses dados, porque serão analisados os bairros atendidos pelas ações comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5. Lá serão levados em consideração dados como a exclusão social, a distribuição salarial das famílias e a distribuição de alguns serviços, em especial os de saúde.

2.3.3 As empresas e os Agentes Locais de desenvolvimento

O agente local de desenvolvimento é uma pessoa com a atribuição de articular ações públicas para promoção do desenvolvimento local e territorial, mediante ações locais ou comunitárias, que visem melhorar o ambiente de negócios para os pequenos negócios e estimular a responsabilização social, pois também os territórios se apresentam com necessidades específicas, as mais variadas possíveis, que vão desde a melhoria das condições do trabalho à criação de infraestruturas necessárias para a comercialização dos produtos.

¹⁶ O Índice Gini recebeu esta designação devido ao seu criador: Corrado Gini (Itália, 1884-1965). Gini foi estatístico, demógrafo e sociólogo. Seus estudos sobre as fases do crescimento da população tiveram início em 1914, quando escreveu o livro **L'ammontare e la composizione della ricchezza delle nazioni**, publicado em Turim (SALVAMINI, 1943, In: International Encyclopedia of the Social Sciences, COPYRIGHT 2008 Thomson Gale).

Não é necessariamente um representante do poder público, mas o agente local de desenvolvimento é responsável por participar do planejamento das políticas de desenvolvimento local, discutindo e articulando iniciativas relacionadas ao desenvolvimento. O Brasil passou, a partir de 2014 até os inícios de 2017, por um momento econômico bastante desfavorável, porém com grande inserção internacional, o que traz para o país uma série de recursos direcionados para investimento produtivo. O agente local de desenvolvimento tem um papel crucial para que o local se aproprie dessas oportunidades. Para isso, ele deve ter capacidade de visão, gestão e agregação da sociedade e dos líderes municipais e regionais,

A figura do agente local de desenvolvimento parte de uma valorização do desenvolvimento local endógeno, que é uma abordagem de valorização da iniciativa e da competitividade local, considera variáveis sociais e ambientais e busca uma mobilização da sociedade. De acordo com Santiago (2008, p. 32),

Em um cenário muitas vezes desfavorável, no qual a comunidade local, historicamente desencorajada pela concentração produtiva e delineamento de políticas “de cima para baixo”, não consegue se mobilizar e perceber suas oportunidades, a capacitação de agentes de desenvolvimento local pode representar uma alternativa estratégica para a aplicação das premissas necessárias para que os territórios atinjam o dinamismo socioeconômico esperado.

Slee (2010, p. 6) afirmava que “a cultura local medeia o processo de desenvolvimento”. O agente local desenvolvimento, como representante local, ganha mais legitimidade, por conhecer a realidade dos negócios do seu território. Assim, ele utiliza esse conhecimento endógeno para mediar o processo de desenvolvimento na cidade.

Enfatiza-se ao estabelecer que o agente local desenvolvimento deva residir na área da comunidade onde atua. Para Amaral Filho (2001, p. 269), “supõe-se que as instâncias locais podem captar melhor as informações, além de poderem manter uma interação, em tempo real, com produtores e com consumidores finais”.

Esse conceito também pode ser entendido como uma política pública, tendo em vista que sua concepção se originou de um processo de articulação entre o Estado e a sociedade civil. O agente local desenvolvimento é fundamental, dessa forma, para dar capilaridade aos esforços de implementação dessa política, agregando a ela as peculiaridades locais e ajudando a criar uma rede de parceiros dentro do município para apoiar os pequenos negócios.

Como afirma J.R. Guzzo, colunista da revista Veja¹⁷, o agente é alguém “capaz de observar, analisar, incluir, entender e traduzir muito da lógica e da racionalidade de outros agentes locais (políticos, sociedade civil, industriais, sindicalistas, etc.) para incorporar proposta de acordo e desenvolver as atividades necessárias”, ou seja, o agente local de desenvolvimento é um articulador que visa unir forças em prol do verdadeiro desenvolvimento local. Uma de suas ações, nunca é demais repetir, é a de promover a conscientização não somente do público-alvo de uma empresa, mas também de toda a sociedade, dos investidores e dos acionistas, para a promoção de um desenvolvimento que se liberte das garras do crescimento econômico para se tornar desenvolvimento social e sustentável. Assim o agente local de desenvolvimento promove o diálogo entre a empresa e os anseios da sociedade. Esse diálogo vai incidir justamente na operacionalização da responsabilização social das empresas e de toda a sociedade em prol do verdadeiro desenvolvimento local.

2.3.4 Sociedade, empresas e a parceria na busca pelo desenvolvimento de um território

O Brasil foi, durante muitos séculos, um grande arquipélago, formado por subespaços que evoluíam segundo lógicas próprias, ditadas em grande parte por suas relações com o mundo exterior. Havia, sem dúvida, para cada um desses subespaços, polos dinâmicos internos. Estes, porém, tinham entre si escassa relação, não sendo interdependentes (SANTOS, 2005).

As empresas, inseridas em determinado território podem, além de preparar os negócios para se expandir no mercado local, incluir-se de forma competitiva nas cadeias produtivas e promover um processo de desenvolvimento local sustentado por agentes de desenvolvimento locais devidamente capacitados. O pacto socioterritorial resultante de acordos estabelecidos em determinadas condições de tempo e espaço torna-se indispensável ao processo de planejamento e gestão territorial (DALLABRIDA; BECKER, 2003).

As reflexões que até aqui foram feitas abrem caminho para, no próximo capítulo, trabalhar a questão da responsabilidade social das empresas e dos empresários. Embora, como se verá, o conceito ainda seja algo recente no Brasil, já desde algum tempo as empresas têm apresentado anualmente um balanço social como forma de retratar a própria responsabilidade social. O tema da responsabilidade social é um tema que tem uma grande afeição pelo desen-

¹⁷ edição 2315, ano 48, nº 05, 2012, p. 97.

volvimento local e a recíproca também é verdadeira, porque a responsabilidade social das empresas e dos empresários abre caminho para que as empresas não realizem as suas atividades apenas na perspectiva do lucro, do econômico, mas também em relação ao desenvolvimento social, cultural e à sustentabilidade.

3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Na sociedade existem realidades que se vão constituindo e que vão ganhando corpo e força a ponto de não ser mais possível viver sem elas. As empresas são um destes tipos de realidade que passaram a ser constitutivas da sociedade.

As empresas, no entanto, existem dentro de um aparato político, jurídico, econômico e social ao qual não podem furtar. Mesmo que os primeiros grandes cientistas econômicos, como Adam Smith e David Ricardo, tenham imaginado realidades em certo sentido como que estanques dentro de um sistema de relações, as empresas não podem existir sem os seus tentáculos naturais: o empresário, o capital, os empregados e os entes políticos que exercem o poder dentro de um território específico. É por isso que a empresa nasce primeiramente dentro de um determinado território. Portanto a empresa tem uma vocação local e está destinada a processar recursos materiais, serviços, manejar bens e capital, em vista da consecução dos objetivos a que se propôs. Se a empresa é uma indústria, poderá processar matérias primas ou transformar manufaturas já beneficiadas em produtos que atendam às demandas dos consumidores. Por exemplo, uma indústria beneficia minério de ferro, a outra produzirá maquinário ou manufaturas como vergalhões, parafusos, tubos, entre outros. Se uma empresa é de tecnologia, irá trabalhar na produção de *softwares* e de computadores, *tablets*, *notebooks* e *netbooks*, celulares, entre outros produtos tecnológicos. Há empresas dedicadas totalmente aos serviços, e estes vão desde a construção civil até a manutenção de aparelhos, energia, infraestrutura, limpeza e outros serviços especializados. Em síntese a empresa tem uma vocação para o serviço que vai prestar e também em relação ao local na qual é plantada.

Muitas empresas começaram pequenas, atendendo a uma demanda local, mas os produtos beneficiados por ela foram se tornando necessários para outras comunidades ou para outros territórios. É o caso, por exemplo, da indústria automobilística, da indústria chamada branca – eletrodomésticos –, que atingiram proporções globais. Poucas são as empresas que detêm atualmente o monopólio da fabricação ou da montagem de veículos. Países consumidores de tecnologias, como o Brasil, optaram por receber as plantas das empresas estrangeiras em seu território, diferentemente do Japão, da Coreia do Sul e da China, a criar uma indústria automobilística nacional, como o fez com a fabricação de aviões, pela Embraer. Atualmente o brasileiro é consumidor de carros japoneses, coreanos, americanos, suecos, italianos, ingleses, chineses e alemães. Embora disponha de matérias primas, como o ferro, o manganês, o nióbio

– excelente mineral condutor usado para circuitos de computador – a opção é vender esses produtos *in natura* e importar produtos manufaturados.

Este movimento das empresas, que pode levar a um crescimento econômico de um local, de uma região, de um país, jamais está dissociado do aparato estatal. É por isso que a empresa gravita sob um aparato estatal, jurídico e social e não pode se furtar àquilo que se chama responsabilidade social, sobre o que se falará mais adiante.

Diante disso é preciso empreender agora um esforço para definir empresa. O Dicionário Houaiss (*online*, 2016) define a empresa da seguinte maneira: “organização econômica, civil ou comercial, constituída para explorar determinado ramo de negócio e oferecer ao mercado bens e/ou serviços”. Esta definição está de acordo com o que Friedman (2016) defende de que a empresa é uma organização com finalidade bastante específica: a de produzir e distribuir serviços e produtos escassos em uma sociedade de mercado livre. Em certo sentido a manutenção do papel principal da empresa visa, em especial dentro dessa visão de Friedman, não desviar a empresa de sua finalidade precípua, que é a econômica. O presente trabalho não pactua com a ideia de que somente esta seja a finalidade da empresa. A empresa tem uma função social bastante definida, à qual no pode fugir, em detrimento do simples dado econômico.

Um estado mais organizado certamente produz todo um plano de gestão territorial. Nesse plano estão distribuídas todas as tarefas dos entes que trabalham para o desenvolvimento de determinado território, como o governo, as empresas e a sociedade (INGUELORE; OOSTERBEEK, 2012). Por sociedade aqui se compreendem os agentes baseados em um território específico no qual a gestão irá trabalhar um plano de desenvolvimento e também compreende os habitantes desse território. Note-se que a empresa, na versão de Friedman (2016), coloca como acento o crescimento econômico. Por isso apenas visa o lucro. As políticas públicas de gestão de um território têm como finalidade, além e para além do crescimento econômico, o desenvolvimento social, cultural e sustentável do mesmo território de ação da empresa. Por essa razão não é possível mais pensar a empresa apenas pelo viés econômico. Na verdade ela tem também uma função social dentro do território onde se encontra plantada. Essa função social está ligada não somente à melhoria das condições de vida da população, mas também à proteção do meio ambiente, uma vez que as empresas podem ser de extração e transformação de matérias primas e de colocação no mercado de produtos escassos em determinada região.

3.1 A responsabilidade social da empresa

Uma incursão pela história da responsabilidade social, em âmbito mundial, mostra, conforme Toldo (2003), que a intervenção empresarial nas questões sociais não é algo recente. Um dos casos mais emblemáticos é o de Henry Ford, que, já em 1916, realizou diversas ações que são definidas com objetivos sociais. A primeira dessas ações foi a decisão de não distribuir parte dos seus dividendos aos acionistas. A segunda foi a inversão de recursos na capacidade de produção e no aumento dos salários dos empregados e nos fundos de reserva para o caso de haver, no futuro, uma redução nos preços dos carros produzidos em suas empresas. Questionado na justiça americana por John e por Horace Dodge, no entanto, Ford perdeu a causa, em 1919, porque os juízes entenderam que a empresa existia para beneficiar os seus acionistas, e os empresários não poderiam usar os lucros para outros fins (TOLDO, 2003).

Este exemplo serve para ilustrar, sobretudo, que a temática da responsabilidade social leva a empresa a realizar ações para além do seu território estrito da produção de bens e serviços e mesmo da atividade econômica que exerce, isto é, se primária, secundária ou terciária. Segundo Bueno (2003) a responsabilidade social empresarial ou corporativa também surgiu ligada a códigos de conduta de empresas ligadas a grupos religiosos existentes nos Estados Unidos, que, devido a certos eventos históricos, como a Guerra da Coreia e a Guerra do Vietnã, devido à pressão social, passaram a não ofertar seus produtos na promoção da guerra. Por outro lado, essas mesmas empresas passaram a dar mais atenção aos públicos que atendiam.

No mundo empresarial brasileiro, desde a década de 1980, surgiu, a partir da perspectiva de que a empresa tem uma função social, o conceito de responsabilidade social da empresa. A responsabilidade social da empresa tem diversos modos de ser: responsabilidade social corporativa, responsabilidade social da empresa, responsabilidade social empresária ou simplesmente responsabilidade social. Independentemente da forma como for nominada, a responsabilidade social da empresa não pode mais ser considerada somente como *marketing* ou como filantropia, mas como algo que agrega valores à própria empresa, porque supostamente a livra da pecha da exploração não somente dos recursos de um determinado local, mas também dos trabalhadores.

No Brasil a discussão sobre a responsabilidade social é recente. Aquilo que começou com Henry Ford foi ganhando corpo até que na década de 1950 apareceram os primeiros estudos sobre o tema nos Estados Unidos. Na Europa esses estudos ganharam corpo na década

de 1960. O debate acadêmico ganhou força também dentro das próprias corporações, porque surgiu dentro delas o debate sobre se as empresas deveriam ou não atuar na promoção do desenvolvimento social (BICALHO *et al.*, 2003). Assim as empresas passaram a se orientar também a partir de uma lógica diferente dos seus territórios específicos, ou seja, do capital, do lucro e da simples economia. Porém o debate primeiro versou sobre se a responsabilidade é algo que diz respeito à obrigação legal ou à obrigação social. Mas a discussão não ficou restrita a esses aspectos. Também partiu para uma análise aberta sobre a questão da ética e da filantropia que deve ser feita pela empresa, além de ser entendida também como o simples pagar bem e tratar bem os funcionários. Oliveira (1984) já alertava para o fato de que a responsabilidade social tem que levar em consideração todos esses aspectos, mas somente eles não podem ser analisados de maneira isolada.

Diante disso, Oliveira (1984) propõe uma definição bastante clara de responsabilidade social na qual procura desvincular a mesma das obrigações legais, porque se for uma obrigação não será um comportamento social responsável, mas uma imposição da sociedade ou de um estatuto jurídico emanado por um ente legislador. A sua definição é bem simples, mas suficiente para caracterizar o sentido de responsabilidade social sobre o qual o presente estudo se debruça e que, no próximo capítulo, será analisado a partir da experiência de uma rádio educativa, a FM Educativa UCDB 91.5, que, para atingir o fim da responsabilidade social a que se propõe, também envolveu empresas que, no fim, atingiram, em algumas atividades desenvolvidas ao longo de dois anos, em parte e em certo sentido, o objetivo de colocar em ação a responsabilidade social. Segundo Oliveira (1984, p. 205), a “responsabilidade social é a capacidade de a empresa colaborar com a sociedade, considerando seus valores, suas normas e expectativas para o alcance dos seus objetivos”. Os objetivos de que trata a definição não são propriamente os da empresa, mas os da sociedade.

Frente a esta definição é possível se questionar se não seria a responsabilidade uma reação das empresas diante dos problemas da sociedade mais do que uma atitude proativa. A resposta poderia ser dada “talvez” com um outro questionamento sobre se a junção dos movimentos sociais e do ativismo empresarial não seriam dois aspectos intrínsecos de uma só e mesma coisa, ou seja, a responsabilidade social.

Em 2005 o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade passou a defender justamente esse conceito no Brasil. A partir de então o conceito vinculou a empresa como parceira e responsável pelo desenvolvimento social, sem deixar de ouvir os seus acionistas, os seus funcionários, os prestadores de serviços, os consumidores, as comunidades, o governo e tam-

bém estar atenta ao meio ambiente. O ganho significativo que o conceito ofereceu em especial para a realidade brasileira foi o fato de que essas instâncias passaram a ser parte integrante do planejamento das atividades das empresas. Dessa forma atendiam-se às demandas de todos os agentes envolvidos em um processo de desenvolvimento no qual a empresa era uma parte integrante: os proprietários ou os acionistas, com todos os outros agentes que gravitam ao seu redor.

O conceito, no entanto, pode trazer uma reflexão sobre a ordem e o fim das coisas. Em certo sentido os autores pesquisados procuram mostrar que em muitos casos os empresários realizam intervenções sociais no sentido de mostrar a visibilidade da empresa e, em muitos casos, aplicam os recursos que poderiam ser investidos na área social em áreas como a do esporte. A razão para tanto é que a responsabilidade social, em especial no Brasil, passou a ser usada como *marketing, accountability* e publicidade, e a isso se uniu o pressuposto de que as empresas, ao fazerem isso, agem de acordo com a ética. A publicação do balanço social da empresa passou a ser tratada, então, como *marketing*. Mas a responsabilidade social não pode ser confundida com *marketing* social, segundo Kotler e Zaltman (1971), pois, se assim fosse, a relação não seria com a sociedade, mas com o público-alvo dos produtos e dos serviços de uma empresa. Nesse caso o bem-estar objetivado pela empresa seria apenas do cliente-consumidor. Um verdadeiro *marketing* social, no entanto, é aquele que é capaz de levar em conta três aspectos da relação empresa-sociedade: os lucros da empresa, os desejos dos consumidores e os interesses da sociedade.

De qualquer forma, ao lado do surgimento do conceito de *marketing*, associado com a responsabilidade social, também apareceu outro conceito importante: o de bem-estar. Se se levar em consideração as preocupações com a escassez de recursos naturais e também do crescimento populacional e mesmo aspectos sociais importantes, que nunca saíram de moda, por exemplo, no universo brasileiro, como o aumento da violência e da miséria, o conceito de bem-estar precisa sempre estar presente na discussão sobre a responsabilidade social.

Assim se eliminam do campo da responsabilidade social ações como filantropia, boas intenções, amor pela humanidade, pois as empresas não têm sentimentos, e a simples caridade. No entanto todos esses aspectos devem estar presentes no *marketing* social, no balanço social e também nas decisões da empresa, conforme o pensamento de Pagliano *et al.* (1999).

3.2 A responsabilidade social no Brasil

A temática da responsabilidade social ganhou força no Brasil a partir de 1997. Naquele época o sociólogo Herbert de Souza¹⁸, passou a se dedicar com mais afinco às causas sociais. Naquele ano ele lançou a campanha para que as empresas começassem a divulgar anualmente o balanço social. No entanto o primeiro relatório social não surgiu com a campanha de Betinho. Antes, em 1984, segundo Torres (2005), a primeira empresa a publicar um balanço social no Brasil foi uma estatal sediada na Bahia, a Nitrofértil. Naquela época o Brasil passava por um momento de adesão ao neoliberalismo, que tinha ganhado força com a ascensão de Ronald Reagan, presidente dos Estados Unidos entre 1980 e 1989, e com Margareth Thatcher, como primeira ministra que governou a Grã-Bretanha entre 1979 e 1990. O Brasil estava saindo do regime militar (1964-1985) e vivia uma série de crises inflacionárias. Os países periféricos, entre eles o Brasil, tinham que adaptar as suas políticas às regras do Fundo Monetário Internacional (FMI). Estava em andamento o grande processo de privatização que iria ganhar força com os governos civis que se seguiriam ao descenso do regime militar. Muitas empresas brasileiras passavam por um processo de reestruturação e as estatais, para se tornarem atrativas aos futuros compradores, começaram a publicar os seus balanços sociais.

Embora a publicação dos balanços sociais seja relativamente recente no Brasil, Beghin (2005) afirma que os primeiros relatórios sociais do Brasil começaram com a publicação do **Almanaque Fontoura**, um almanaque voltado para o público infantil, que tinha como personagem central o Jeca Tatu, personagem que foi gerado pelo literato Monteiro Lobato, que denunciava o abandono do interior do Brasil, além de ensinar noções de higiene e alertar para as doenças que assolavam o Brasil. Por conta dessa união entre o literato e o dono do Laboratório Fontoura, Monteiro Lobato é considerado, segundo Beghin (2005), o pai da filantropia empresarial no Brasil.

Os balanços sociais passaram a ser obrigatórios, por exemplo, na França, em 1977, para empresas com mais de 700 funcionários. No Brasil, o primeiro projeto de lei que visava a obrigatoriedade da publicação foi o de nº 3.116/97. Tramita atualmente no Congresso Nacional o Projeto de Lei nº 1205/2003, que dispõe sobre a responsabilidade social das sociedades empresárias, além de dar outras providências. Este último projeto de lei define responsabili-

¹⁸Herbert José de Sousa, conhecido como Betinho, (1935-1997) foi um sociólogo e ativista dos direitos humanos brasileiro. Concebeu e dedicou-se ao projeto **Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida**. Em 1986 descobriu ter contraído o vírus da AIDS em uma das transfusões de sangue a que era obrigado a se submeter periodicamente devido à hemofilia. Em sua vida pública esse fato repercutiu na criação de movimentos de defesa dos direitos dos portadores do vírus. Junto com outros membros da sociedade civil, fundou e presidiu até a sua morte a Associação Brasileira Interdisciplinar de AIDS. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Herbert_Jos%C3%A9_de_Sousa consultado em 2/03/2017.

dade social, no seu Art. 1, Alínea c, como “a conduta ética e responsável da Sociedade Empresária e do Empresário junto ao seu Público de Relacionamento”. Só esta afirmação já pode ser motivo de muita discussão. Evidentemente que se espera dos empresários o que o projeto de lei propõe: que ele tenha uma conduta ética e responsável. No entanto o *caput* do Art. 1º é que dá a pista da análise, quando regula que “Esta Lei estabelece normas de transparência e controle da responsabilidade social das Sociedades Empresárias e Empresários nacionais e estrangeiros que atuam no País, junto ao seu Público de Relacionamento”. A proposta da lei transforma, de per si, a responsabilidade social das sociedades empresárias e dos empresários tanto brasileiros quanto estrangeiros em uma espécie de *accountability* empresarial. De fato a *accountability*, que também pode ser definida como responsabilização, em âmbito governamental, visa estabelecer uma relação entre o governo e os cidadãos em relação ao uso dos recursos públicos. Ao que tudo indica, a mesma ideia da *accountability* parece estar na base da lei que ainda não foi votada pelo Congresso Nacional. De qualquer forma aí existem dois elementos que são importantes no que diz respeito à responsabilidade social: transparência e controle e relação com o público com o qual as sociedades empresariais e os empresários mantêm relacionamento. O Art. 2º dá mais pistas sobre o que a lei quer propor:

Art. 2º Os objetivos desta Lei são:

- I – estabelecer regras de transparência e controle da responsabilidade social;
- II – tornar socialmente ética e transparente a atuação das Sociedades Empresárias e os Empresários junto aos seus Públicos de Relacionamento;
- III - preservar e consolidar a imagem e reputação nacional da Sociedade Empresária e do Empresário no País e no exterior como agente ético de circulação e criação de riqueza nacional, por meio de mecanismos sólidos de transparência social;
- IV – estabelecer a obrigatoriedade de publicação do Balanço Social da Sociedade Empresária como mecanismo de controle e transparência da responsabilidade social.

O que os objetivos da lei estabelecem, além do que o parágrafo anterior trouxe, é a questão da preservação e da consolidação da imagem da sociedade empresária e do empresário tanto no Brasil quanto no Exterior, visando mostrar a sua eticidade na produção de riquezas. Além disso apresenta um outro aspecto intrínseco a isso, que é o da reputação nacional. Em certo sentido a responsabilidade social se transforma em um instrumento de *marketing* social, que pode, sim, explicitar a intenção do balanço ou do relatório social da empresa, mas não pode ser este o seu objetivo principal.

O Art. 5º do projeto de lei acima citado trata especificamente do balanço social. O Inciso III estabelece que o relatório ou balanço social deve apresentar as “ações sociais distribuídas por Público de Relacionamento e o respectivo dispêndio”. Essa disposição, no entanto, pode não ser clara sobre o que se quer dizer com o público de relacionamento. Esse público pode ser formado apenas pelos acionistas, os investidores, o público interno da empresa, por exemplo, de uma empresa, e as ações sociais serem restritas a um grupo predeterminado. Nas razões que pediam a aprovação do projeto o Deputado Rodrigues¹⁹ sugeriu o seguinte: “Todo o escopo do projeto de lei (modelo de balanço social, estrutura e vinculação do Conselho Nacional de Responsabilidade Social (CNRS) sugere que o foco se concentre nos investimentos sociais em detrimento dos outros públicos de relacionamento da empresa que são tão importantes quanto a comunidade, como, por exemplo, o público interno, os fornecedores, os investidores e o meio ambiente”. Nesse caso a feição da possível lei irá mostrar a verdadeira função social da empresa.

Este enfoque é muito importante. Em 2004, Rudá Ricci, sociólogo mineiro, analisando principalmente as limitações sociais das políticas sociais, lançou alguns aspectos relevantes acerca da importância de uma lei sobre a responsabilidade social empresarial e dos empresários. O principal aspecto que ele levanta é que uma lei da responsabilidade social pode ser o marco para um novo pacto social no Brasil. Diante disso, ele propõe os princípios para a elaboração da lei de responsabilidade social: 1) o pagamento de uma dívida social, 2) publicização do estado, 3) empoderamento social e 4) construção de uma governança social. Tais princípios poderiam ser analisados apenas do ponto de vista das empresas estatais. No entanto poderiam, segundo Ricci (2004), ser aplicados também às empresas privadas, porque, mesmo sendo elas nacionais ou transnacionais, além dos acionistas, dos consumidores e do público interno da empresa, a empresa pode estar plantada em um local no qual muitas políticas públicas não chegam. Com isso o balanço social não seria apenas um enxerto de números e de ações que supostamente atingiriam toda a sociedade, quando na verdade pode estar sendo usado apenas para fazer *marketing* social ou como instrumento de *accountability* ou de filan-

¹⁹ Carlos Alberto Rodrigues Pinto (1957- *), mais conhecido como Bispo Rodrigues, ligado à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), foi eleito para a Câmara dos Deputados em 2000, mas teve que renunciar ao mandato em 2005, quando estava no segundo mandato, por envolvimento em diversos escândalos como o dos Bingos, de 2004, que envolvia esquemas para arrecadar dinheiro entre os empresários para o Partido dos trabalhadores (PT), do Mensalão (2005-2006), que envolvia governo e empresários para pagar os deputados para votarem em favor do governo no Congresso, e da Máfia dos Sanguessugas (2006), escândalo político de desvio de dinheiro público destinado à compra de ambulâncias. Renunciou em 2005 por causa do seu envolvimento no Mensalão. Em 2012 foi condenado pelo Supremo Tribunal Federal à prisão de 6 anos e 3 meses de prisão, mais multa de R\$ 754 mil, o equivalente a 290 dias-multa. «STF condena ex-deputado Bispo Rodrigues a 6 anos e 3 meses de prisão pelo mensalão». In: Uol política. 26 de novembro de 2012. Consultado em 10 de janeiro de 2017.

tropia empresarial. Esta é a razão pela qual as empresas preferem investir em esporte e não nas necessidades mais urgentes da população. O esporte dá visibilidade.

De todo modo, a reflexão sobre a responsabilidade social empresarial passou a ter maior destaque no ano de 1995. Naquele ano foi criado o Grupo de Fundações, Institutos e Empresas (GIFE). As empresas de capital nacional e privado criaram esse grupo para fortalecer o terceiro setor, em especial as organizações sociais surgidas no âmbito das empresas. O dado relevante é que, a partir de então, as empresas passaram a atuar no desenvolvimento de políticas públicas e também em ações voltadas para os seus associados. Então a responsabilidade empresarial passou a ser uma estratégia empresarial para atuar em atividades do terceiro setor, principalmente através de ONGs, entidades filantrópicas, sociedades civis com interesse público, além das organizações civis, sem fins lucrativos. Com isso as empresas poderiam atingir aqueles territórios sociais para os quais o poder público tinha se mostrado deficiente. O GIFE então uniu as duas coisas dentro dos seus programas: a *accountability* e a responsabilidade social. Esse dado é importante não porque as empresas e as organizações que atuam no terceiro setor sejam mais transparentes do que as empresas públicas ou mesmo o governo. O que traz à luz é justamente o envolvimento do público que faz com que se torne pública a procedência do dinheiro e o que se está fazendo com ele.

O que está em jogo em relação à responsabilidade social, portanto, são as atividades, as ações desenvolvidas por uma empresa ao longo do exercício de um ano. Se há empresas que criam ONGs que até captam recursos públicos, se há empresas que, mesmo atuando, por exemplo, no sistema financeiro, e criam instituições dedicadas à educação para não pagar imposto de renda, tudo isso é possível dentro de um amplo espectro de empresas existentes em um país como o Brasil. Estas podem ser consideradas infrações e desvios de conduta empresarial permitidas por lei. Em todo o caso, o balanço social, mais do que um *marketing* social ou um exercício de *accountability* empresarial, deveria reunir um conjunto de informações, que podem ser quantificadas em termos de atendimento e de inversão de dinheiro, e não somente as que dizem respeito aos acionistas, aos funcionários e aos investidores, em geral, mas também aquilo que dá visibilidade à empresa, tanto no que diz respeito ao crescimento econômico da região, ao lucro que a mesma aufera a partir do território onde está plantada, quanto no que diz respeito ao seu envolvimento com o desenvolvimento social, cultural e sustentável desse mesmo território. Assim, o Projeto e Lei nº 1.205/2003, que ainda tramita no Congresso brasileiro, quer regular que o balanço social seja

O documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitem identificar o perfil da sua atuação social durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos

empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Em vista do acima exposto se auspicia com o balanço social que a empresa reproduza um verdadeiro retrato das suas ações, e não somente a sua relação com os clientes, os acionistas e os proprietários. O balanço social é uma forma de mostrar não somente que a empresa interage com a comunidade e o meio ambiente, mas está interessada no desenvolvimento do território onde se plantou.

Essas reflexões são importantes para se analisar a experiência das Ações Comunitárias promovidas pela FM Educativa UCDB 91.5 ao longo dos anos de 2016 e 2017, em Campo Grande. As Ações Comunitárias em si não representariam o exercício da responsabilidade social. O que se destaca é o envolvimento de diversas empresas que, ao participar do evento, contabilizam os trabalhos desenvolvidos nas Ações Comunitárias como parte do seu relatório social. Mas este tema será tratado no próximo capítulo. Cabe agora continuar o estudo sobre a responsabilidade social empresarial e dos empresários na sua relação com o desenvolvimento local.

3.3 Os problemas sociais e a responsabilidade social

Muito embora o tópico anterior tenha versado sobre a responsabilidade social no Brasil, o presente tópico tem como foco alguns estudos sobre a temática de âmbito acadêmico. Poderiam ser citados outros trabalhos para este fim, porém o que importa aqui são os fundamentos teóricos que os autores colocaram para a discussão e outros conceitos que são importantes para se definir o que seja a responsabilidade social, para não confundir a mesma com aspectos que fazem parte da mesma. Embora a discussão sobre a temática seja anterior, deu-se preferência neste tópico por quatro textos, sendo três artigos, dois do ano de 2004 e um de 2005 e uma tese de doutoramento, que foi defendida no ano de 2006, na Universidade de Brasília (UNB).

No primeiro artigo, Kreitlon (2004) teve como objetivo discutir sobre os fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial para abordar a temática da ética nas relações entre as empresas e a sociedade. Este artigo teve como mérito o fato de apresentar as três escolas que dão fundamento a essa relação entre ética e responsabilidade social das empresas. A escola da ética empresarial (*Business Ethics*), que coloca o acento nos valores e nos julgamentos morais, tendo como ponto de partida um tratamento filosófico e normativo. A outra escola

é a do mercado e sociedade (*Business & Society*), que tem como foco a abordagem social nas relações entre as empresas e a sociedade. A terceira escola, ou seja, a da Gestão de Questões Sociais (*Social Issues Management*), cujo acento é tratar os problemas sociais como variáveis que podem ser abordadas dentro do planejamento estratégico da empresa. A primeira abordagem também pode ser chamada de abordagem normativa, a segunda de contratual e a terceira de estratégica. A autora conclui, dizendo que o conceito de Responsabilidade social empresarial, tão debatido a partir de 1900 até a década de 1980, acaba servindo para que se evite qualquer questionamento ético efetivamente radical e, consequentemente, a respeito das relações entre empresas e sociedade, porque desloca o debate para o nível organizacional – quando o que este debate de fato pressupõe, e exige, é que se coloque em causa a própria ordem institucional.

A importância do trabalho de Kreitlon (2004) é o acento sobre a ética e por trazer a lume a discussão sobre a temática da responsabilidade social dentro de um período histórico de quase 100 anos, além de mostrar a mudança tanto na sensibilidade pública quanto nos discursos corporativos como fruto de um processo de construção e legitimação sociais, conduzido pelos diversos agentes e instituições que dele participam, e resultado de um contexto histórico, político e econômico bem preciso. Porém a autora chama a atenção para o fato de que a responsabilidade social está baseada nos princípios da filantropia e da governança, caindo numa espécie de paternalismo corporativo.

O segundo artigo, de Machado Filho e Zylbersztein (2004), aborda a questão da sobrevivência das empresas. Há um primeiro fator importante que é a integração dos mercados. Porém há outro fator preponderante que é a reputação da empresa no lugar na qual está inserida. O aspecto principal do artigo é o fato de as empresas se preocuparem com o próprio *status* moral e socioeconômico. Esta constatação é mais do que uma crítica sobre como as empresas trabalham a questão da responsabilidade social. A partir daí o autor trabalha com a perspectiva da filantropia corporativa e com os possíveis ganhos para a reputação da empresa. No fim, a responsabilidade social passa a ser uma preocupação da empresa, que passam a se engajar em ações sociais, embora não sem se visar o precípuo da empresa, que são os retornos econômico-financeiros. Pode acontecer que os gestores visem também a promoção pessoal, o poder e a autoridade na comunidade local, independentemente dos acionistas ou do seu público alvo.

No terceiro artigo, Boeira (2005) trabalha a diferenciação entre ética empresarial e responsabilidade empresarial. O trabalho aqui apresentado tem por fito justamente a respon-

sabilidade social. Boeira, utilizando dos conceitos de responsabilidade social de Ferrel *et al.* (2001, p. 19), para quem “a obrigação que a empresa assume para maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos que ela produz sobre a sociedade”, de Ashley (2002, p. 21), para quem a “compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem 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 a sua prestação de contas para com ela”, finaliza a discussão sobre a responsabilidade social e a ética empresarial, utilizando a definição de ética de Ferrel *et al.* (2001), segundo o qual esta é “um conjunto de princípios e padrões morais que orientam o comportamento no mundo dos negócios”, para abordar a importância da sociedade exercer pressão sobre os agentes sociais, conforme já prescrevia Srour (2002, p. 188), quando afirma que a moral da parceria, com sua lógica da responsabilidade social, “funciona como intrusa na paisagem capitalista” e só pode prosperar enquanto três condições permanecerem em vigor: 1) existência de um mercado concorrencial; 2) mobilização incessante da sociedade civil; 3) disponibilidade de instrumentos de pressão, como a mídia plural, as agências de defesa do consumidor e a Justiça atuante. Assim, conclui o autor, enquanto for possível fazer “política pela ética”, as cúpulas empresariais “chegam a ser forçadas a agir de forma socialmente responsável, mesmo quando há desacordo com suas convicções mais íntimas”. Boeira (2005), portanto, conclui que a responsabilidade social, unida à ética empresarial, deveria ter como produto final a cidadania e a parceria.

A relevância do trabalho de Boeira (2005) está no fato da sua reflexão sobre a responsabilidade social partindo de conceitos importantes do desenvolvimento local, como capital social e cidadania. Estes dois elementos têm um aspecto muito relevante, que é o fato de trabalhar o conceito de ética empresarial, mas, por outro lado, parte do princípio da *accountability*, a qual no seu trabalho é traduzida por responsabilidade. Porém, se a perspectiva for a partir da *accountability*, que poderia ser entendida como *accountability* empresarial, não se atinge o precípuo da própria responsabilidade social, uma vez que o termo é denso e ainda não possui um correspondente consensual no Brasil e, para Boeira, é traduzido como responsabilidade.

Quanto ao último trabalho, trata-se, como foi exposto acima, de uma tese de doutoramento, defendida em 2006, por Cinara Gomes de Araújo Lobo, na Universidade de Brasília (UNB). Em **Por que as empresas investem em responsabilidade social?** Lobo (2006) desenvolveu o seu trabalho partindo da constatação de que a partir da década de 1990 alguns fatores, como, por exemplo, a defesa de padrões mais éticos e da sustentabilidade, levaram as

empresas a investir mais na responsabilidade social, mas o fim de tudo eram a lucratividade e a própria sustentabilidade dos negócios. A responsabilidade social se tornou como um rótulo para a consecução desses objetivos. A autora chama a atenção para a maneira como as empresas tratam a questão da responsabilidade social. A responsabilidade social, além de ser uma questão ética, de transformação da estrutura das empresas promovidas pelos gestores, tem, sobretudo, como foco, a visibilidade da empresa e a valorização de suas marcas. Daí as empresas investirem em Organizações Não Governamentais (ONGs) e no segmento esportivo, com forte presença da mídia televisiva, radiofônica e também de *internet*. A inversão de valores em projetos sociais também contribui para essa visibilidade. Porém o precípito da responsabilidade social não é somente a visibilidade, que pode ser quantificada em um relatório social, mas toda uma relação com o seu público alvo e com a comunidade em geral. De qualquer maneira o *marketing* em si pode até prejudicar uma ação responsável. Uma das constatações importantes da pesquisa é o fato de que as empresas aumentam investimentos em valores brutos na área social quanto mais crescem a receita líquida, o resultado operacional, o número de empregados e a participação em ONGs, e quanto menor a exposição ao consumidor.

A tese é bastante abrangente e a autora percebeu que as empresas adquirem o respeito das pessoas e das comunidades que são impactadas por suas atividades e são gratificadas com o reconhecimento e o engajamento dos seus colaboradores e a preferência dos consumidores. Trata-se de uma reciprocidade. Porém ainda persiste o fato de se confundir responsabilidade social com *marketing* social e visibilidade empresarial.

3.4 Convergências entre responsabilidade social e desenvolvimento local

O desenvolvimento local possui uma gama de conceitos que lhe são afetos, como território, comunidade, cidadania, relações sociais, capital social, participação social, desenvolvimento no local, para o local e no local e políticas públicas, entre outros. Se não existissem já definições para cada um desses termos, mas em especial para o desenvolvimento local, talvez, além da imagem da borboleta no seu lento processo de libertação do casulo, outra imagem muito simples poderia vir à mente: uma pessoa, não importa o seu sexo, se encontra em um determinado lugar observando a dinâmica da vida. Ao mesmo tempo, como em um filme em que ela controla todas as ações, vão se desenrolando cenas nas quais vai agregando conhecimentos, valores, produção e outras pessoas ao seu redor, de tal forma que, com o tempo, tudo se transforma ao seu redor e todos encontram naquele espaço vivido, o território da satisfação

de suas necessidades. Nesse espaço que é construído e, ao mesmo tempo se mistura com o espaço natural, também há o respeito para o ecossistema, pois a vida humana só é possível se estiver em harmonia com a natureza e os outros animais. Este é um aspecto muito afeto à ecologia humana, embora este não seja o objeto deste trabalho.

Embora haja temáticas que não tenham sido aventadas no capítulo anterior, pois ali se fez a opção por trabalhar o conceito de desenvolvimento local como aquele que é o mais adequado para qualquer plano de desenvolvimento, tanto a responsabilização social quanto o desenvolvimento local possuem aportes significativos que possibilitariam criar vários paralelos que mostram que entre ambos existem mais convergências do que se possa imaginar. É importante ressaltar também que uma empresa possa, devido a uma política pública exógena, ir para um local e, estando no local, levar à consecução dos objetivos do desenvolvimento local. Mas para isso os administradores precisariam transcender à simples lógica econômica e do lucro para se associarem aos agentes promotores do desenvolvimento local, que podem estar clamando pela resolução de problemas sociais inerentes à própria comunidade. Nesse caso a empresa se transformaria em aliada, em parceira da comunidade na resolução dos problemas sociais e não em uma simples vendedora de produtos ou de serviços

Como foi visto no capítulo anterior, as empresas podem se tornar parceiras dos agentes locais de desenvolvimento. O conceito de responsabilidade social leva em conta que a empresa é plantada em um determinado território e passa a operar não somente em vista dos investidores, mas também do seu público-alvo. O desenvolvimento local visa o empoderamento dos agentes locais de desenvolvimento. A responsabilização social empodera os administradores e os empresários para atuarem em parceria com os agentes locais de desenvolvimento e a sociedade em geral. O desenvolvimento local tem em vista o ser humano em seu desenvolvimento integral. Quando bem desenvolvido dentro da empresa o conceito de responsabilidade social cria-se um território de responsabilidades no qual estão presentes os empregados, a sociedade, os consumidores, os acionistas e os investidores. O desenvolvimento local promove a visibilidade da sociedade. A responsabilização social promove a visibilidade e melhora as relações entre a empresa e a sociedade. O desenvolvimento local propugna a ética e a transparência. A responsabilização social das empresas e dos empresários deve necessariamente levar em conta a ética e a transparência, não só porque estão lidando com recursos pecuniários, mas também porque o balanço social se torna um instrumento de *marketing* social e também de *accountability* empresarial. O desenvolvimento local necessariamente precisa de instrumentos de avaliação dos processos. Quando se trata da responsabilização social, o balanço social se torna também um importante instrumento de avaliação da própria incidência da empresa na socie-

dade. O desenvolvimento local leva não somente os agentes locais de desenvolvimento, mas também a comunidade na qual está envolvido a assumirem o próprio processo de desenvolvimento. Quando a responsabilização social é assumida não apenas para obter outros ganhos pela própria empresa, como a redução de impostos, por exemplo, mas como forma de promover pactos com a comunidade, a partir dos principais envolvidos na produção de bens e serviços, como os funcionários, também assume a empresa como parte integrante do seu desenvolvimento.

Antes de passar para o próximo capítulo torna-se importante lembrar que a responsabilidade social pode ser exercida diretamente pela empresa, mas também parte dela pode ser realizada em parceria com outras instituições. É o caso das Ações Comunitárias promovidas pela FM Educativa UCDB 91.5 em parceria com diversas empresas e entidades públicas em diversos bairros de Campo Grande, ao longo de dois anos, ou seja, de 2015 e 2016. As ações foram bastante diversificadas. Elas envolveram escolas municipais e estaduais, hospitais, universidade, escritórios de advocacia, INSS, FUNTRAT, e empresas como a Dale Sorvetes, a Energisa, o SESC, além do Exército, entre outros parceiros. Os resultados obtidos podem ser contabilizados no balanço social tanto da FM Educativa UCDB 91.5 quanto no de cada parceira envolvida nas Ações Comunitárias. Sobre isso é que versará o próximo capítulo.

4 AÇÕES COMUNITÁRIAS, RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Os capítulos anteriores trataram de temas específicos, sendo que o primeiro capítulo abordou a temática do desenvolvimento, na perspectiva do desenvolvimento local, e o segundo trouxe um estudo sobre a responsabilidade social. Porém antes de partir para a apresentação da temática deste capítulo, é preciso, ainda estabelecer uma diferença entre desenvolvimento e crescimento econômico, além de retomar alguns aspectos da responsabilidade social. O fim dessa retomada é chegar justamente às Ações Comunitárias promovidas pela Fundação Dom Bosco, através da FM Educativa UCDB 91.5, para levantar conceitos que possam servir de convergência entre desenvolvimento local, responsabilidade e as ações comunitárias em questão.

A temática do desenvolvimento foi o objeto do segundo capítulo. Se analisado a partir da perspectiva apenas do lucro, dos acionistas e dos investidores de uma empresa, ou mesmo somente do público interno ou dos consumidores, sem se prestar a devida atenção ao que ocorre na sociedade, o desenvolvimento, assim, se tornaria apenas algo quantificável. As vendas anuais de uma empresa, por exemplo, poderiam ter chegado a R\$ 100.000.000,00. Os gastos com o pessoal, durante todo o ano, foram da ordem de R\$ 5.000.000,00. As melhorias do maquinário, a manutenção, a energia, a água, em suma o necessário para que o sistema funcionasse geraram uma despesa de R\$ 3.000.000,00. As despesas com *marketing* chegaram a R\$ 200.000,00, e assim por diante. Para chegar ao ponto nevrálgico do assunto, a arrecadação auferida no ano foi de R\$ 100.000.000,00. No ano passado tinha sido de R\$ 70.000.000,00. Houve, portanto, um crescimento da arrecadação. Com todos os ajustes e reajustes, no ano passado o lucro foi de R\$ 20.000.000,00. Neste ano os investidores viram o bolo crescer para R\$ 25.000.000,00, por exemplo. Para a empresa isso foi crescimento. Como houve um aumento salarial um pouco acima da inflação, houve a sensação de que os funcionários tiveram um ganho significativo. Mas, mesmo tendo lucro, nos dois anos, não houve a distribuição da participação nos lucros com os funcionários. A empresa, se continuar assim, poderá ter crescimento econômico.

A questão do desenvolvimento não pode, portanto, ser analisada apenas do ponto de vista da empresa. É certo que a empresa poderia operacionalizar uma série de processos internos com investimentos na formação dos funcionários e na melhoria das condições de trabalho, entre outras coisas. Mas, mesmo assim, ainda restaria uma outra questão importante, que é sobre se isso agregou em valores sociais para o território onde está plantada a empresa.

É a partir desta perspectiva, e também de outras, que o desenvolvimento deve ser analisado. Se for apenas do ponto de vista dos impostos pagos pela empresa, pelo crescimento na arrecadação da empresa e do município e do lucro que a empresa gerou para os acionistas e os investidores, então o que se estará levando em consideração é apenas o crescimento econômico. O desenvolvimento em si tem muito mais variantes que devem ser levados em consideração.

O que foi exposto acima, no entanto, já é suficiente para se voltar à outra temática, aquela que foi objeto do terceiro capítulo, que é a da responsabilidade social. Trata-se de um conceito que pode ser mais do que nunca atrelado ao conceito de desenvolvimento, não na perspectiva da *accountability* empresarial, porque se a responsabilidade empresarial social servisse apenas para mostrar a transparência e certos aspectos para demonstrar a ética empresarial, ela se tornaria apenas uma prestação de contas para a sociedade daquilo que a empresa realiza em relação aos seus clientes. Da mesma forma que se abordou no desenvolvimento, o simples quantificável não representa a responsabilidade social. Também não o é na perspectiva do *marketing* social ou mesmo do estrito cumprimento da lei. A responsabilidade social empresarial precisa ter, se quiser ser considerada como tal, um apelo mais forte, desde que os primeiros relatórios sociais apareceram na França, na década de 1970, ou no Brasil, mais especificamente na Bahia, com a Nitrofértil, na década de 1980.

Analizada a partir dessas diferenças e de outras, que já foram tratadas no capítulo anterior, a responsabilidade social tem um forte apelo em relação ao desenvolvimento a partir do momento em que a empresa redefine a sua missão transformando-a numa ferramenta do desenvolvimento não só em vista da empresa, mas da sociedade como um todo. Quando isso acontece, a empresa não renunciará à sua finalidade econômica, mas aos seus princípios básicos atrelará a geração de riqueza com a cidadania como fonte de lucros.

Nessa acepção, até uma empresa que se plantou em um determinado território (no local), para usar as expressões advenientes do segundo capítulo, com a finalidade de levar o crescimento para o local (desenvolvimento para o local), como parte de uma política pública gerada externamente ao território, pode exercitar de diversas formas a sua relação com os cidadãos, os entes governamentais locais, além do seu público interno, a ponto de transformar um desenvolvimento que seria para o local em desenvolvimento local.

Se desenvolvimento e responsabilidade social são dois conceitos importantes que se relacionam, quando entram em jogo a cidadania e as necessidades sociais de um determinado território, uma vez que em muitas localidades as políticas públicas são ineficientes e ineficazes, algumas ações de um *pool* de empresas podem levar atividades que atendam às necessi-

dades de locais, isolados ou não, de uma cidade, por exemplo, que poderão, posteriormente, resultar no que se chama desenvolvimento local.

Mais do que um conceito, o que será apresentado a partir de agora é o tema das Ações Comunitárias, com foco nas Ações Comunitárias promovidas pela Fundação Dom Bosco, mantenedora da FM Educativa UCDB 91.5, que funciona na Avenida Tamandaré, 6000, no Bairro Jardim Seminário, *Campus* da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), na cidade de Campo Grande, ao longo dos anos de 2015 e 2016, em diversos bairros da cidade. No fim poderão ser levantados diversos problemas em relação a elas, como por exemplo, se elas promovem o desenvolvimento, se elas promovem a responsabilidade social das empresas, ou se são apenas trabalhos pontuais para atender a algumas demandas locais, isto é, às dos bairros onde elas aconteceram.

Os próximos parágrafos oferecerão a definição, os objetivos, as diretrizes do projeto e os serviços oferecidos em cada ação comunitária, entre outras informações. O último tópico deste capítulo estabelecerá um paralelo entre desenvolvimento, responsabilidade social e ações comunitárias, como foi feito no fim do segundo capítulo, que poderá servir como um ponto de partida para se analisar se as ações comunitárias atingem o objetivo de proporcionar o desenvolvimento nos lugares onde são realizadas.

4.1 A Fundação Dom Bosco, mantenedora da FM Educativa UCDB 91.5

Por ter no seu nome a UCDB, a maior parte dos ouvintes da FM Educativa UCDB 91.5 acredita que a mesma pertence à Universidade Católica Dom Bosco. Por essa razão a mesma ficou conhecida também, ao longo de sua história, como FM UCDB. Na verdade, embora esteja situada no *campus* da UCDB, a FM Educativa UCDB 91.5 pertence a uma fundação que foi criada justamente para administrar a rádio. Trata-se da Fundação Dom Bosco, constituída pela Missão Salesiana de Mato Grosso e de cujo Conselho Curador tem entre os seus membros natos o Reitor da UCDB. Todas as fundações são regidas por um estatuto e o Estatuto da Fundação Dom Bosco, apresentado ao Ministério das Comunicações e às suas secretarias, foi aprovado em definitivo no dia 08/05/2002.

No Brasil, o pleito pela concessão de serviços de radiodifusão com fins educativos somente pode ser feito por pessoas jurídicas de direito público interno. As normas que regulam a concessão são as seguintes: Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, o Decreto nº 2.108, de 24 de dezembro de 1996, e a Portaria Interministerial nº 651, de 15 de abril de

1999. Todos esses documentos definem a radiodifusão educativa, seja ela sonora ou visual, como o serviço destinado à transmissão de programas educativo-culturais, podendo atender à educação básica e à universidade, à educação permanente e à formação para o trabalho. Outra obrigação das emissoras que levam o nome de educativas é a de divulgar atividades de cunho educacional, cultural, pedagógico e de orientação profissional.

Os trabalhos para pleitear a concessão da FM Educativa UCDB 91.5 para a Fundação Dom Bosco começaram ainda em 1999. A Portaria nº 30 foi assinada pelo Ministro das Comunicações de então, Pimenta da Veiga, no dia 19 de março de 1999. Porém a concessão somente viria com a aprovação pelo Congresso Nacional, que aconteceu no dia 29 de fevereiro do ano 2000, e a concessão foi feita por um período de 10 anos para a difusão de conteúdos exclusivamente educativos. No dia 19 de outubro de 2001, Antônio Carlos Tardelli, secretário de serviços de radiodifusão do Ministério das Comunicações, aprovou a portaria que determinava em definitivo o funcionamento da FM Educativa UCDB 91.5, pela Portaria nº 268. A emissora começou a funcionar em caráter experimental no dia 6 de dezembro de 2001 e passou a irradiar seus programas em caráter definitivo no dia 16 de agosto de 2002. Em 2011 recebeu a outorga para funcionar por mais dez anos.

A característica essencial das emissoras de radiodifusão educativas é o seu caráter exclusivamente educativo. Segundo consultoria da Câmara Legislativa de 2001, a veiculação de outros tipos de programas, como os de caráter recreativo, informativo ou de caráter educativo-cultural somente se eles contiverem elementos instrutivos ou enfoques educativo-culturais que são identificados em sua apresentação (LOPES, 2011).

O Estatuto da Fundação Dom Bosco, aprovado pelo Ministério das Comunicações, traz entre os objetivos da FM Educativa UCDB 91.5 aquilo que se chama finalidade social da emissora: veicular programas de cunho educativo, cultural, científico, artístico e religioso. É justamente nesse objetivo que se encontra o caminho para atividades como as Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, pois é a partir dele que a emissora pode contribuir para a formação e a evolução do ser humano. Porém esse objetivo abre espaço para a própria emissora movimentar os parceiros para atender à população que precisa de serviços básicos, como a saúde, por exemplo, para promover ações de cidadania.

No ano de 2016, a Fundação Dom Bosco lançou um portfólio no qual descrevia que entre os atributos da sua missão está o envolvimento da comunidade em suas diversas atividades. Além disso, através de ações concretas, almeja ser, até 2022, uma emissora de referência nas áreas de informação, de cidadania, educação e de serviços. Essa concepção já era fruto de

algo que vinha acontecendo desde o ano de 2015, com as próprias Ações Comunitárias, que começaram naquele ano.

4.2 Ações comunitárias a serviço da cidadania

As Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 foram gestadas na reta final do ano de 2014. A direção da emissora iniciou um debate sobre o aspecto educativo da própria rádio. Desde o início a rádio era conhecida como FM UCDB e tinha uma identidade quase que exclusivamente voltada para o público interno da Universidade Católica Dom Bosco. Entre 2001 e 2004 a rádio servia ao propósito educativo, cultural, científico, artístico e religioso, mas sempre focada na formação e na evolução do ser humano. Entre 2004 e 2007, a preocupação educativa permaneceu, mas a emissora se abriu para a concorrência com as outras rádios da cidade, inclusive começando a veicular apoios culturais. De 2007 a 2012 a FM Educativa UCDB 91.5 se abriu de vez para a concorrência com as outras rádios da cidade. Alguns programas produzidos na universidade eram veiculados pela emissora. A partir de 2012, a nova gestão da emissora buscou empreender um caminho de volta ao educativo, mas sem perder a atenção ao público e ao mercado.

Foi justamente neste período que a Fundação Dom Bosco começou a articulação para realizar as Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5. Ainda não consta do Estatuto da Fundação, mas aos poucos ficou estabelecida aquela que é conhecida como a missão da mesma: “trabalhar em estilo salesiano com a cultura juvenil e popular e com a sociedade de maneira geral educando, orientando, informando e envolvendo a comunidade em suas diversas atividades” (PORTFÓLIO, 2016). O trabalho realizado pela Fundação Dom Bosco é “em estilo salesiano” porque as duas mantenedoras da mesma são a Missão Salesiana de Mato Grosso e a Universidade Católica Dom Bosco, ou seja, a matriz e a filial de uma única organização, que é a Pia Sociedade dos Salesianos, formada por clérigos (sacerdotes) e irmãos, também conhecidos em algumas partes do mundo como mestres ou coadjutores (consagrados não clérigos), que têm como missão trabalhar com o mundo juvenil. Mas as duas razões de existir da congregação dos salesianos são a juventude e as classes populares.

Quando se tratou de elaborar a Visão, isto é, o que se almeja das atividades da Fundação Dom Bosco para os próximos anos, a diretoria da FM Educativa UCDB 91.5 traçou como

meta que, entre os anos de 2016 a 2022, a mesma quer ser “uma emissora de referência em Mato Grosso do Sul nas áreas de informação, de serviços, de cidadania e de educação”. Isto quer dizer que a emissora volta aos princípios que engendraram a própria Fundação Dom Bosco, quando foi constituída para pleitear a concessão da emissora junto ao Ministério das Comunicações, ainda na década de 1990. Mas o que fica evidente é o fato de que foram adicionadas a todos os objetivos duas outras atividades que somente eram referidas no âmbito da emissora apenas como parte da obrigação de informar os ouvintes: serviços e cidadania.

As Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 que foram frutos dessa Missão e dessa Visão foram sendo engendradas desde 2012 e ficaram formatadas em definitivo no ano de 2016. Elas estão de acordo com os princípios do desenvolvimento local, tais como foram tratados no segundo capítulo deste estudo, por diversos motivos, entre os quais o de que o desenvolvimento em si não pode ser analisado apenas do ponto de vista da economia, mas de uma conjunção de fatores – como as necessidades de infraestrutura, de serviços e de ações tanto das empresas quanto dos entes públicos e das comunidades –, que fazem com que um determinado local, uma comunidade e tudo aquilo que a circunda, tenham seus direitos respeitados e as suas necessidades, de diversas montas, satisfeitas. Muitos agentes devem estar envolvidos na busca pelo desenvolvimento, entre eles os entes públicos, a própria sociedade e as empresas.

As empresas também entram na busca pelo desenvolvimento, para superar a própria visão economicista do crescimento, quando descobrem que é preciso dialogar com a sociedade, descobrir as suas necessidades e participar dos seus processos de crescimento, também econômico, que culminará no desenvolvimento social, cultural e sustentável no território onde se plantou. A maneira pela qual a ação das empresas e dos empresários se torna parte integrante do desenvolvimento local passa pela responsabilidade social. Muitas empresas, como os Bancos Itaú, Bradesco e do Brasil, criam, por exemplo, fundações para poderem investir em educação, entre outros serviços. No entanto, em muitos casos esse investimento pode se transformar em uma forma aberta de não se pagar impostos, com a anuência da própria legislação.

Por outro lado existe também o ente público, que deveria ser o promotor-mor do desenvolvimento local, mas que, por fatores sempre repetidos, como a falta de recursos, a falta de pessoal e a impossibilidade de atender às necessidades de todos, mostra sempre deficiência

e ineficiência na prestação de diversos serviços à sociedade, sendo um dos principais o da saúde, além de outros serviços que promovem a cidadania.

Em sentido lato as Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 estão também em consonância com os propósitos da responsabilidade social. Sendo uma pessoa jurídica de direito privado, a Fundação Dom Bosco, ao criar as Ações Comunitárias partiram, então, da disposição de prestar serviços de saúde, cultura, cidadania e lazer para a sociedade, em especial em locais da cidade nos quais principalmente o acesso a alguns serviços é precário e inefficiente.

A maior dificuldade para se realizar esse tipo de serviços era que a emissora é um veículo de comunicação. Não dispunha de médicos, psicólogos, dentistas e outros tipos de serviços para levar até as comunidades que deveriam ser atendidas. De qualquer forma existia uma meta a ser alcançada, que era a “realização de intervenções com foco em qualidade de vida e inclusão” (RELATÓRIO 2016). A palavra intervenção não é muito afeta ao desenvolvimento local, no entanto se revelou uma maneira de começar uma atividade que, no fim, mediante a informação e a educação, atingiria o objetivo de preparar o público-alvo das Ações para o exercício da cidadania.

A solução encontrada, então, foi a busca de parceiros para oferecer serviços nas áreas mais deficientes das comunidades atendidas. Como será possível perceber nos dados que serão apresentados nos próximos parágrafos, com gráficos explicativos por si próprios, os serviços de educação/cidadania e de saúde foram os serviços mais procurados pelo público-alvo das Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5. Além das parcerias, as Ações proporcionaram também a mobilização de serviços voluntários em diversas áreas, além de incentivar a responsabilidade social.

No ano de 2015 as parcerias para a realização das Ações Comunitárias foram firmadas prioritariamente com as Paróquias da Arquidiocese de Campo Grande. Já a partir da terceira Ação, o território que se revelou mais apropriado para operacionalizá-las foi o das escolas, principalmente as municipais. A principal razão dessa mudança eram os espaços acanhados das paróquias e a dificuldade que pessoas de outros credos encontravam de adentrar o território estrito de uma paróquia católica. Isso não significa que a parceria com as paróquias tenha sido abandonada. Alguns serviços, como os de saúde, para serem prestados nas Ações Comunitárias, precisavam de cadastro prévio nas secretarias paroquiais.

No ano de 2016, além das escolas também algumas obras salesianas, como o Salesianos Ampare, a Casa Dom Bosco e a Escola Estadual Rui Barbosa, que é salesiana e funciona em convênio com o governo estadual de Mato Grosso do Sul, foram agregadas aos territórios onde as Ações aconteceram.

As Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, nos dois anos de seu funcionamento, aconteceram nas manhãs de sábados, entre as 8h e as 12h. Além dos serviços que já foram mencionados anteriormente, outros também foram oferecidos, como os informativos, com palestras, dicas de saúde e distribuição de material educativo; motivacionais, como exposição de serviços e enquetes teatrais; vivenciais, como caminhadas e avaliações físicas, entre outros.

Com isso foram operacionalizadas as diretrizes do projeto das Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, que eram: 1) articular e captar parcerias que ampliassem a capacidade de atuação e de geração de resultados; 2) priorizar ações com impacto relevante para a comunidade atendida; 3) gerar resultados relevantes para a e perceptíveis pela comunidade. O mais importante é que os serviços prestados foram todos oferecidos de forma gratuita para as comunidades atingidas pelas Ações comunitárias.

Além dos agentes da própria Fundação Dom Bosco, que trabalham na FM Educativa UCDB 91.5, entre os quais o diretor-presidente, Pedro Pereira Borges, o assessor técnico, Henrique Massumi Shuto, a gerente de captação de apoio, Juseli Rezende, a supervisora administrativa, Marialda Cellia, os locutores, Waldinei da Silva Barbosa, José Francisco da Silva, mais conhecido como Chicão, o jornalista Paulo Yafusso, o programador musical, Mário Hissano, alguns outros agentes se uniram ao projeto, como o cantor Marcos Lennon, e, principalmente, os *promoters* Eddie Guttemberg e Gisele Gordin Freire, da empresa DF Promoções e Eventos, que organiza eventos para a TV Morena, entre outros, no estado de Mato Grosso do Sul e em Campo Grande.

Antes de passar para a próxima parte, que trará dos dados obtidos ao longo dos dois anos de realização das Ações Comunitárias, é importante ressaltar aqui os resultados que se esperavam com as mesmas. Em primeiro lugar para a Fundação Dom Bosco, os resultados esperados eram o fortalecimento da própria marca/imagem da FM Educativa UCDB 91.5. Em segundo lugar, como já foi exposto acima, a realização de intervenções com foco na qualidade de vida e na inclusão social. Em terceiro lugar a formalização de parcerias estratégicas. Qua-

lidade de vida e inclusão social são dois elementos muito afetos a qualquer estudo sobre o desenvolvimento que não esteja baseado apenas na questão econômica. As parcerias também são importantes, porque a solução dos problemas de uma determinada realidade não se dá a partir de um único agente, mas de quantos são possíveis que os atacam a partir de olhares diferentes.

Em relação aos locais onde as Ações Comunitárias foram realizadas, ou seja, as paróquias e as escolas, o foco de tudo era a própria responsabilidade social. No entanto ao redor delas é que gravitam aqueles que são detentores das verdadeiras necessidades as Ações Comunitárias, com suas parceiras, queriam atingir. Lá vivem as pessoas que formam uma comunidade habitando um território de necessidades. Por isso os resultados esperados visavam algumas das necessidades mais prementes do local, oferecendo aos que procuraram os locais das Ações o acesso a serviços básicos de saúde.

Quanto às empresas parceiras, os resultados podem ter ido além do simples *marketing* ou da *accountability* social. Tratou-se de uma oportunidade para entrar em contato com as diversas necessidades do seu público-alvo, estes tratados não como clientes ou consumidores, mas como pessoas detentoras de necessidades.

4.3 Mapeamento dos índices de exclusão social em Campo Grande

Antes de passar para as Ações Comunitárias promovidas pela FM Educativa UCDB 91.5 nos anos de 2015 e 2016, como foi exposto no capítulo 2, é preciso colher alguns dados sobre os bairros de Campo Grande. Poderiam aqui ser colhidos dados sobre escolaridade, taxa de fecundidade, frequências às escolas da população infanto-juvenil e também adulta, mas, como o trabalho aqui tem outra finalidade, foram selecionados dados sobre a economia, como o rendimento das famílias, o pessoal ocupado e alguns serviços, como água encanada, a condição dos domicílios, porque, a partir deles é possível se falar no binômio inclusão/exclusão e vulnerabilidade, distribuídos pelos bairros em que aconteceram as ações. Serão apresentados a seguir, além de tabelas, alguns mapas que ilustram o fato de os serviços públicos não atenderem às necessidades básicas da população e a necessidade de uma maior inserção das empre-

sas e das instituições públicas e privadas nos territórios de necessidades existentes em toda a cidade.

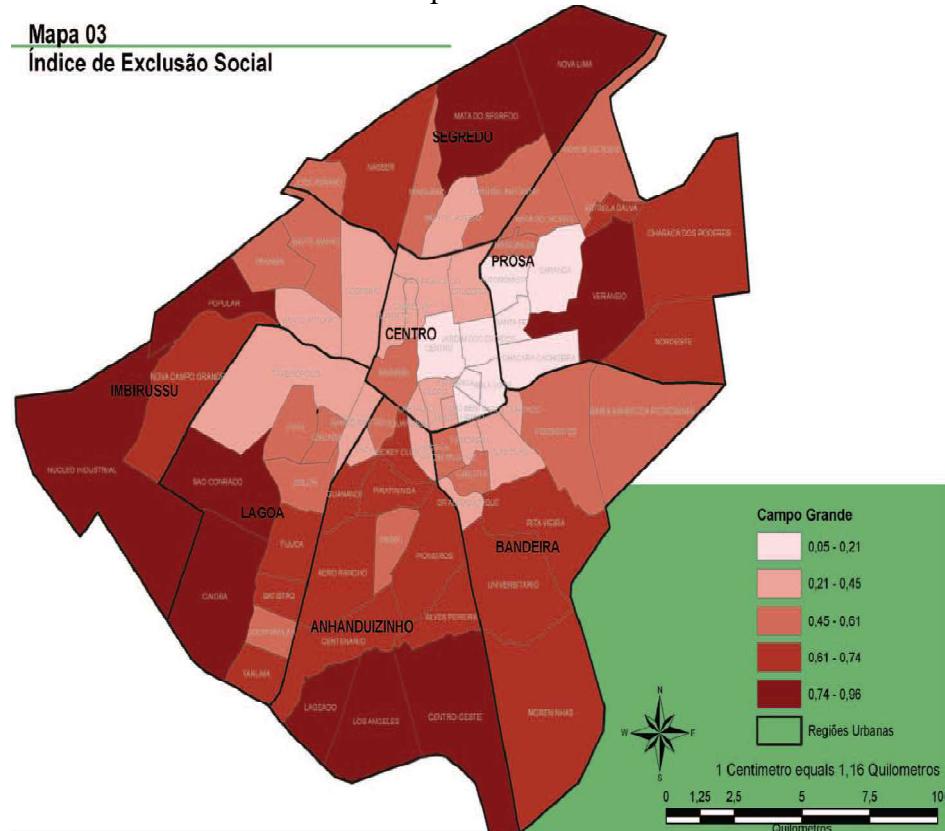
Tabela 3 – Índices de Exclusão Social de Campo Grande, principais bairros

BAIRROS	IES²⁰	BAIRROS	IES
ITANHANGÁ	0,05	BELA VISTA	0,16
LOS ANGELES	0,96	NÚCLEO INDUSTRIAL	0,82
SANTA FÉ	0,11	AUTONOMISTA	0,17
LAGEADO	0,94	CENTRO-OESTE	0,82
CHÁCARA CACHOEIRA	0,11	JARDIM DOS ESTADOS	0,17
NOVA LIMA	0,84	CAIOBÁ	0,82
SÃO BENTO	0,15	CENTRO	0,18
SÃO CONRADO	0,84	VERANEIO	0,80

Fonte: Sauer *et al.* (2012, p. 45)

A tabela acima fala de principais bairros, porque são os mais povoados da cidade. Porém a tabela precisa de um complemento do mapa que apresenta o índice de exclusão social geral, como se pode visualizar a seguir:

Mapa 2 – Índice de exclusão social de Campo Grande



Fonte: Sauer *et al.* (2012, p. 46)

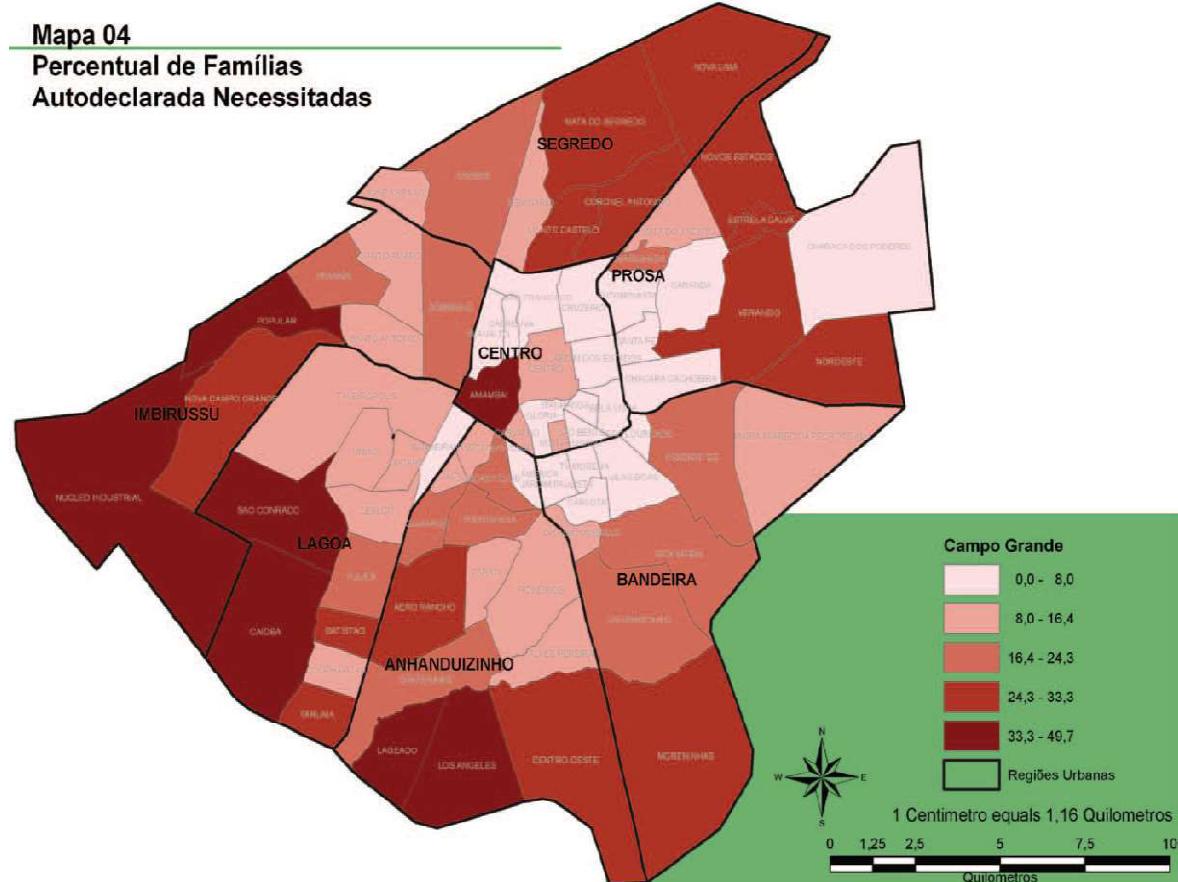
O mapa 2 mostra que o índice de exclusão social se encontra espalhado por todas as regiões e por todos os bairros que compõem o território de Campo Grande (Cfr. Tabelas 1 e 2,

²⁰ IES – Índice de Exclusão Social

no Capítulo 2). Apenas as regiões do Centro e do Prosa possuem bairros com índices de exclusão social situados entre 0,05 e 0,21. Quando o estudo de Sauer *et al.* (2012) foi realizado ainda não estavam habitados os bairros Dahma, Alphaville ou Terra do Golfe, que atualmente se transformaram em ilhas do bem-estar encravadas nas regiões do Prosa e do Bandeira.

O mapa 2 se completa com os dados sobre o percentual de famílias necessitadas presentes na cidade. São as próprias pessoas que se autodeclararam necessitadas.

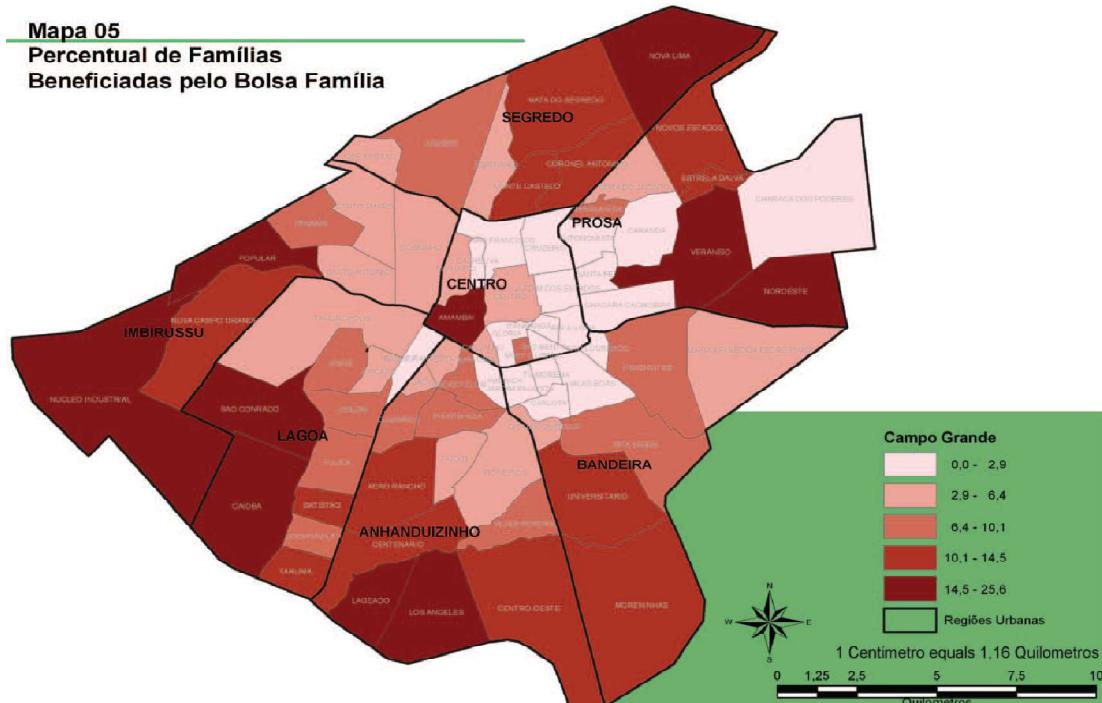
Mapa 3 Percentual de famílias autodeclaradas necessitadas em Campo Grande



Fonte: Sauer *et al.* (2012, p. 48)

O mapa 3 abre caminho se descobrir onde se encontram os cidadãos beneficiados com programas sociais, como o Bolsa Família, cujos beneficiários se encontram em praticamente todas as regiões da cidade, conforme o mapa a seguir:

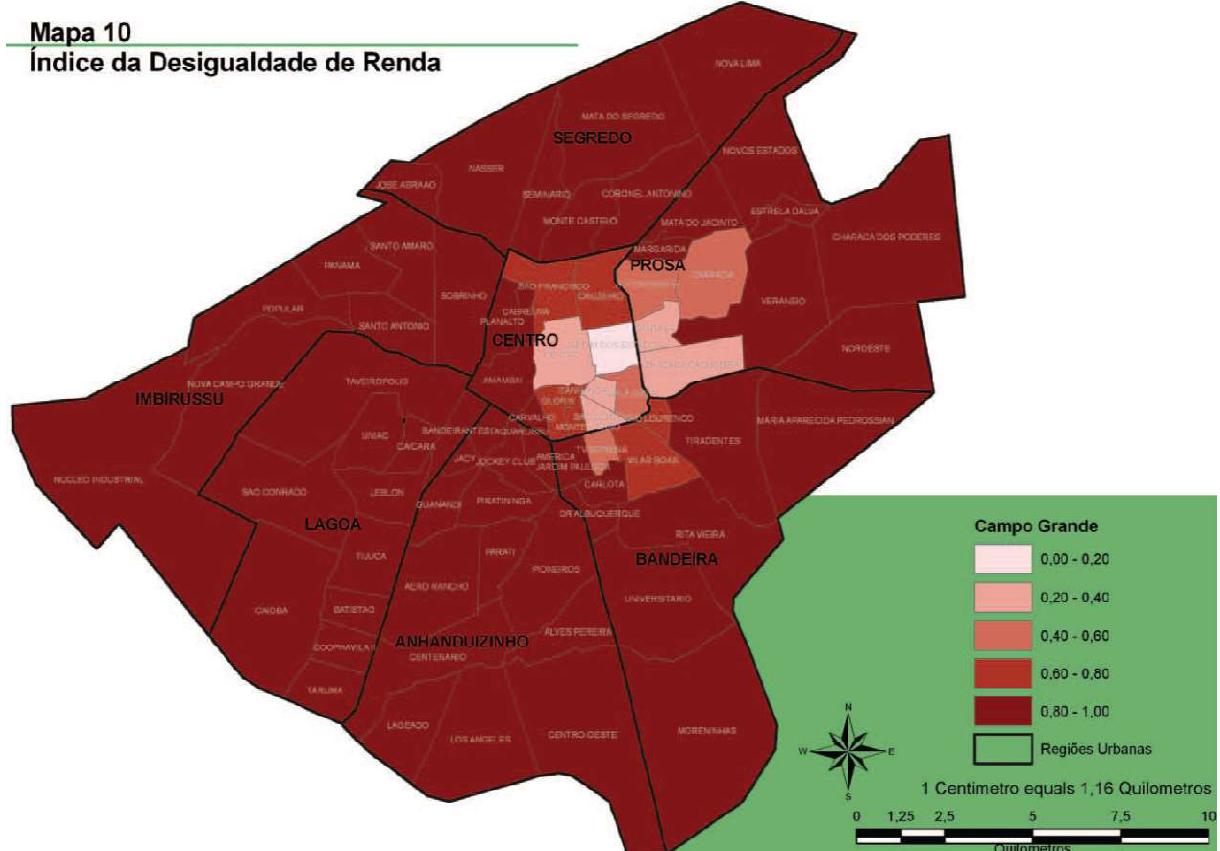
Mapa 4 Beneficiados pelo Bolsa Família nos bairros de Campo Grande



Fonte: Saueret *et al.* (2012, p. 49)

O quadro da exclusão social vai se completando de maneira quando a análise se concentra na questão da renda. Nesse caso o mapa ganha tons mais uniformes:

Mapa 5 Índice da Desigualdade de Renda em Campo Grande



Fonte: Sauer et al. (2012, p. 56)

O mapa 5 deve ser analisado levando-se em consideração as Tabelas 1 e 2, que foram apresentadas no capítulo 2, porque lá se falava em mapa da pobreza e da desigualdade em Campo Grande. A média salarial de Campo Grande, como estimou o IBGE em 2016, era de 3,6 salários mínimos. No entanto não se fez uma divisão dessa distribuição entre os setores público e privado. Aqui se faz importante notar que tal rendimento é fruto da estatística que busca encontrar a média salarial. Porém, quando se desce aos pormenores, é possível encontrar por toda a cidade famílias e pessoas vivendo com salários bem abaixo dessa média, e que precisam dos serviços públicos gratuitos, mais do que os funcionários públicos, que são organizados e possuem até hospitais para atender às suas necessidades, como o Hospital da Caixa de Assistência dos Servidores do Mato Grosso do Sul (CASSEMS), inaugurado no ano de 2016.

Este levantamento abre caminho para as Ações Comunitárias desenvolvidas pela FM Educativa UCDB 91.5 nos anos de 2015 e 2016, como se verá a seguir.

4.4 A experiência de levar serviços a comunidades

A partir da descoberta dos territórios de necessidade existentes em Campo Grande, como foi visto acima, desde 2015 a FM Educativa UCDB 91.5 tem procurado, juntamente com os seus parceiros, levar alguns serviços nas áreas de saúde, cidadania, educação, cultura e lazer a bairros com índice de exclusão elevado, ou seja, acima de 0.50. A base para a comparação é o Índice Gini de Campo Grande, do ano 2000, último dado coletado pelo IBGE, era de 0,44 (Cfr. Tabela 1). O bairro atendido funciona como um centro de irradiação das ações, que atingem não somente a um bairro específico, mas a todos os que se encontram no seu entorno. Os tópicos a seguir possibilitam perceber que as Ações Comunitárias, dentro do raio de irradiação da FM Educativa UCDB 91.5, têm sido um exercício de desenvolvimento local, além de ter possibilitado às instituições e às empresas parceiras exercitar a responsabilidade social, não como *accountability* ou *marketing* social, mas como ações assertivas em vista do atendimento às necessidades que se apresentam nos diversos bairros onde aconteceram as Ações.

4.4.1 As Ações Comunitárias de 2015

Antes de fazer a apresentação dos gráficos, tabelas e quadros, é importante anotar que a análise dos dados nelas contidos seguiu um pressuposto de uma estratégia metodológica, que teve pontos essenciais. Estes dados foram frutos de um trabalho de dois anos, com a coleta simultânea e a contabilização de cada serviço prestado nas Ações Comunitárias. A cada Ação logo se seguia uma apresentação já processada dos dados feita pela empresa de eventos para a direção da Fundação Dom Bosco. Esses dados surgiam de um relatório que cada um dos parceiros presentes na Ação devia preencher sobre os atendimentos feitos. São dados quantitativos com resultados contabilizados de acordo com o serviço oferecido. Portanto o processo se deu da seguinte maneira: coleta dos dados no momento em que os atendimentos eram realizados, coleta das fichas pelos organizadores do evento e, no processo final, se deu o que se chama de valorização progressiva dos mesmos dados. Essa técnica é conhecida como estratégia de triangulação e foi por meio dela que se procurou dar consistência a este trabalho. Esta opção segue a orientação de Decrop (2004), para quem a técnica da triangulação pode assumir variantes distintas, mas ao mesmo tempo complementares, mesmo que devam ser submetidas a algumas críticas de natureza epistemológica. Os dados aqui apresentados, portanto, foram extraídos nos próprios locais de realização das Ações Comunitárias podem ser passíveis de limitações, dadas as circunstâncias em que foram coletados, mas são suficientes para demonstrar o que se quer com a pesquisa.

No ano de 2015, a Fundação Dom Bosco realizou um total de 8 Ações Comunitárias procurando atingir ao máximo todas regiões da periferia de Campo Grande. O mapa a seguir mostra as comunidades atendidas mensalmente, de abril a novembro.

Figura 1 - Regiões atendidas de abril a novembro/2015



Fonte: Gutemberg & Freire, 2016

Pelo mapa anterior e por sua legenda é possível perceber que as Ações começaram em territórios de paróquias, como as Paróquias Santa Rita de Cássia e Comunidade Nossa Senhora das Graças, a primeira situada no Bairro Universitário e a segunda no Nova Lima, dois extremos da cidade, regiões sudeste e norte, depois migraram para as escolas, sendo que a terceira Ação aconteceu na Escola Municipal Eduardo Olímpio Machado, situada na região sul-oeste, e a quarta nas proximidades da sede da FM Educativa UCDB 91.5, ou seja, na Vila Nasser, na Escola Municipal Licurgo de Oliveira Bastos. Da terceira à sétima ação, as atividades se desenvolveram com as parcerias de escolas municipais. A última, que aconteceu no Bairro Maria Aparecida Pedrossian, foi realizada em uma escola estadual. A característica dessas ações de 2016 é que todas elas foram realizadas e tiveram a participação ativa das paróquias que atendem a essas regiões. Sobre isso, o quadro a seguir já é suficiente para esclarecer as comunidades parceiras:

Tabela 4 - Comunidades parceiras

Nº	Local	Bairro	Paróquia parceira	Data/2015
1º	Paróquia Santa Rita de Cássia	Universitário	-	25/04
2º	Paróquia Nossa Srª das Graças	Nova Lima	-	16/05
3º	EM Eduardo Olímpio Machado	Jardim Ouro Verde	Cristo Rei	20/06
4º	EM Licurgo de Oliveira Bastos	Vila Nasser	São João Batista	25/07
5º	EM José Mauro Messias da Silva	Moreninhos	Nossa Senhora Aparecida	22/08
6º	EM Fauze Scaff Gattas Filho	Serradinho	Santo Afonso Maria de Ligório	19/09
7º	EM Padre Tomaz Ghirardelli	Dom Antonio Barbosa	Nossa Senhora da Guia	17/10
8º	EE Dolor Ferreira de Andrade	Maria Aparecida Pedrossian	São Leopoldo Mandic	21/11

Fonte: Guttemberg & Freire, 2015.

A tabela acima mostra as datas da realização de cada uma das ações comunitárias ao longo de 2015 e traz a quantidade de atendimentos em cada uma delas. Porém são os números finais elaborados depois da última Ação, ocorrida em 21 de novembro de 2015, que oferecem os dados mais importantes que mostram as necessidades de cada uma das comunidades.

Tabela 5 - Atendimentos na ação comunitária.

Ações 2015	N. Parceiros	Educação/Cidadania	Saúde	Esporte/Lazer	Expectadores	Pessoas Presentes	Total Atendimento	Distr. Material	Distr. Gen. Alimentícios
1ª	23	2.048	301	554	700	1.100	3.603	3.000	4.500
2ª	27	1.545	311	282	400	600	2.538	2.200	3.820
3ª	28	1.259	748	520	2.000	1.500	4.527	3.514	2.772
4ª	33	1.665	839	334	1.500	1.500	4.338	2.374	1.275
5ª	26	916	792	523	700	1.000	2.931	9.733	1.830
6ª	25	420	765	400	800	1.200	2.385	5.365	3.136
7ª	25	1.296	191	400	1.600	2.000	3.487	3.660	1.440
8ª	26	621	518	516	300	500	1.955	3.330	1.440
Total Geral	27	9.770	4.465	3.529	8.000	9.400	25.764	33.176	20.213

Fonte: Guttemberg & Freire, 2015

Uma análise mais acurada da tabela acima pode questionar sobre a diferença entre expectadores e pessoas presentes. Expectadores eram pessoas que foram aos eventos, mas não procuraram nenhum tipo de atendimento. O motivo dessa diferença foi a presença de duplas de cantores que animavam cada uma das Ações. As pessoas presentes são aquelas que procuraram por algum tipo de atendimento. Os serviços mais procurados foram aqueles ligados à educação/cidadania e os de saúde. Quanto ao material distribuído e aos gêneros alimentícios distribuídos, a sua alta quantidade se deu pelo fato de, em 2015, a empresa a empresa Semalo ter disponibilizado o produto alimentício Jumbitos, para atrair as crianças. Quando forem apresentados os dados relativos ao ano de 2016, serão explicados que tipo de atendimento se referem à educação/cidadania e à saúde, entre outros.

De todo modo é importante notar o número de pessoas atendidas nesses bairros e o número de parceiros que se fizeram presentes em nas ações como um todo. Nunca teve menos

de 20 parceiros e o maior número de parceiros ocorreu na quarta Ação Comunitária, que teve lugar na Vila Nasser.

Para se perceber a importância das Ações Comunitárias da FM Educativa nos bairros acima, tomando-se por base os mapas apresentados no tópico anterior, tem-se a seguinte tabela:

Tabela 6 Alguns indicadores e índice de exclusão dos bairros atendidos pelas ações comunitárias em 2015

Bairros	Índice de exclusão social	Pobreza do chefe de família	Famílias autodeclaradas necessitadas	Famílias beneficiadas pelo bolsa família
Universitário	0,65	0,85	0,49	0,44
Nova lima	0,84	0,95	0,63	0,67
Jardim Ouro Verde / Copavila II	0,59	0,82	0,33	0,26
Vila Nasser	0,63	0,76	0,43	0,39
Moreninhas	0,72	0,92	0,55	0,57
Serradinho / Nova Campo Grande	0,71	0,88	0,43	0,39
Dom Antônio Barbosa / Lageado	0,94	1,00	0,92	0,92
Maria Aparecida Pedrossian	0,51	0,89	0,22	0,29

Fonte: Elaboração própria a partir Sauer *et al.* (2012, p. 63-63)

O primeiro ano das Ações Comunitárias promovidas pela FM Educativa UCDB 91.5 procurou atingir os bairros em volta da região central de Campo Grande. O critério estabelecido para a escolha dos bairros foi justamente o índice de exclusão social, como se pode deduzir pela tabela acima. Por exclusão social, segundo Sauer *et al.* (2012) entendem-se vários fatores, que podem ser agrupados por temas e cada tema tem vários componentes. Os temas são: 1) Padrão de vida digno que, para ser quantificado, tem os seguintes componentes: indicador de desigualdade, indicador de pobreza, razão de dependência demográfica. 2) Conhecimento e os seus componentes são: taxa de alfabetização e anos de estudo. 3) Risco juvenil, e os seus componentes são: indicador de direitos suprimidos e participação juvenil²¹. Cada um

²¹ Segundo Sauer *et al.* (2012), o índice de exclusão social é constituído de diversos indicadores, como, por exemplo, como pobreza do chefe de família, desigualdade de renda, dependência demográfica, taxa de alfabetização, anos de estudos do chefe da família, participação dos jovens, direitos suprimidos de crianças e adolescentes, percentual de famílias autodeclaradas necessitadas, percentual de famílias beneficiadas por programas governamentais e pela razão entre as famílias beneficiadas e as cadastradas.

desses componentes pode ser quantificado e a média é feita seguindo os padrões do GINI (Cf. Tabela 2), que vão de 0 a 1, isto é, quanto mais se aproxima do 1, maior é o índice de exclusão social. O Bairro Dom Antônio Barbosa é, dos bairros atendidos pelas Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, o que tem o maior índice de exclusão social, seguido do Nova Lima, da Moreninha e do Nova Campo Grande. Os três indicadores que aqui foram levados em consideração o índice de pobreza do chefe de família, o percentual de famílias autodeclaradas necessitadas e o percentual de famílias que recebem benefícios de programas governamentais, como o Bolsa Família.

4.4.2 Ações Comunitárias de 2016

No ano de 2016 a FM Educativa UCDB 91.5 tinha planejado 10 Ações Comunitárias em diversos bairros de Campo Grande, no entanto só foram realizadas 9. A que ocorreria em outubro seria realizada em parceria com a Associação Brasileira de Odontologia (ABO), no Parque Ayrton Senna. A proximidade das eleições municipais de 2016 inviabilizou a realização da mesma. A figura 2 apresenta os lugares nos quais ocorreram as Ações em 2016:

Figura 2 - Ação comunitária 2016



Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

A diferença entre as Ações Comunitárias de em 2015 e as de 2016 está nos bairros em que foram realizadas e também nos locais. No ano de 2015 foram fortes as parcerias com as paróquias. Além disso a maior parte das Ações foi realizada em escolas municipais e apenas uma em uma escola estadual. No ano de 2016 surgiu um novo parceiro da Fundação Dom Bosco, ou seja, a Missão Salesiana de Mato Grosso. Três Ações foram feitas em espaços destinados a obras sociais da Missão e aos jovens. Foram eles, o Salesianos Ampare, situado no Bairro Tiradentes, a Casa Dom Bosco, situada no Bairro Taquaral Bosque, e o Salesiano Pau-lo VI, que usou o espaço da Escola Estadual Rui Barbosa, no Bairro Santo Antônio.

Quanto ao cronograma executado no ano de 2016, as Ações Comunitárias tiveram um interstício apenas no mês de outubro, devido à proximidade com as eleições municipais, que inviabilizaram a sua realização. A figura a seguir apresenta esse cronograma, com as suas respectivas datas, bairro, número total de atendimentos, e local de realização:

Figura 3 - Atendimentos na ação comunitária 2016

N.	Local	Bairro	Data	Nº Total Atendimento
1 ^a	SALESIANOS AMPARE	TIRADENTES	20/02	1.512
2 ^a	E.E. MANOEL BONIFÁCIO NUNES DA CUNHA	TARUMÃ	19/03	934
3 ^a	E.M. NAZIRA ANACHE	JARDIM ANACHE	09/04	2.102
4 ^a	E.E. PROF. ^a FAUSTA GARCIA BUENO	VILLA NASSER	14/05	1.908
5 ^a	E.M. FAUZE SCAFF GATTASS FILHO	NOVA CAMPO GRANDE	11/11	2.280
6 ^a	E.E. MAESTRO HEITOR VILLA LOBOS	JARDIM PARATI	30/07	2.586
7 ^a	E.E. RUI BARBOSA	SANTO ANTÔNIO	13/08	1.917
8 ^a	CASA DOM BOSCO	TAQUARAL BOSQUE	24/09	2.141
9 ^a	E.M. TOMAZ GHIRARDELLI	DOM ANTÔNIO BARBOSA	26/11	2.470
N. Total de Atendimento: 17.850				

Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

Uma comparação entre os locais onde foram realizadas as Ações Comunitárias de 2015 e de 2016 mostram que apenas duas escolas receberam as ações comunitárias duas vezes, sendo a primeira a Escola Municipal Fauze Scuff Gattass Filho e a segunda a Escola Municipal Padre Tomaz Ghirardelli, situadas ambas em extremos da cidade. Com essas diferenças é preciso resgatar mais uma vez os índices de exclusão social, tal como foi feito em relação ao ano de 2015.

Tabela 7 Alguns índices dos bairros atendidos pelas ações comunitárias em 2016

Bairros	Índice de exclusão social	Pobreza do chefe de família	Famílias autodeclaradas necessitadas	Famílias beneficiadas pelo bolsa família
Tiradentes	0,80	0,84	0,35	0,32
Tarumã	0,73	0,89	0,63	0,58
Jardim Anache / Nova Lima	0,84	0,95	0,63	0,67
Vila Nasser	0,63	0,76	0,43	0,39
Nova Campo Grande	0,71	0,88	0,43	0,39
Jardim Parati	0,53	0,71	0,25	0,17
Santo Antônio	0,45	0,57	0,22	0,18
Taquaral Bosque / Novos Estados	0,54	0,74	0,56	0,47
Dom Antônio Barbosa	0,94	1,00	0,92	0,92

Fonte: Guttenberg e Freire (2015)

Os dados que seguirão começarão com os parceiros comerciais e institucionais que estiveram presentes no ano de 2016 nas Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5. No total foram 42, sendo que nenhuma das Ações teve, como em 2015, menos de 20 parceiros presentes. No ano de 2016, os dois bairros com maior exclusão social atendidos pelas Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 foram o Dom Antônio e o Tiradentes, seguido do Tarumã e do Nova Campo Grande.

Durante todo o ano de 2016 as parcerias da FM Educativa UCDB 91.5 para a realização das Ações Comunitárias foram feitas com:

Tabela 8 - Parceiros Comerciais e Institucionais 2016

Fundações	Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON –MS Fundação do Trabalho – Funrab Fundação Municipal da Cultura – FUNDAC Fundação Municipal do Esporte – FUNESP Fundação Social do Trabalho – FUNSAT
Institutos	Instituto Ação e Cidadania – IAC Instituto de Identificação de MS Instituto Nacional da Seguridade Social
Secretarias e outros agentes governamentais	Secretaria de Estado de Direitos Humanos, Assistência Social e Trabalho – SEDHAST Secretaria de Estado de Educação – SED Secretaria Municipal da Educação – SEMED Secretaria Municipal de Saúde Pública – SESAU Comando Militar do Oeste (CMO) – Exército Brasileiro Detran – MS – Departamento estadual de Trânsito
Instituições Privadas e de Classe	Serviço Social de Aprendizagem Industrial – SENAI Servo Social de Aprendizagem Industrial – SENAI Sociedade Caritativa e Humanitária – SELETA Associação Brasileira de Odontologia – ABO Associação Comercial e Industrial de Campo Grande – ACICG Caixa de Assistência dos Servidores de MS - CASSEMS
Empresas, universidades e outros parceiros	Energisa Escola de Cabelereiros Flavinho Escola de Cabelereiros Sueli Jus Pereira & Rodrigues Advocacia Espaço Plantare Hospital do Cancer Alfredo Abrão LOKA TOYS Mega Segurança MRV Engenharia Ótica Super Visão Quali Salva – Serviços Médicos Pastelaria do Milton PAX Universo RU Uniformes SICRED - Sistema de Crédito Cooperativo SOLURB - Soluções Ambientais Dale Sorvetes Universidade Católica Dom Bosco - UCDB Ultra Fisio Wizard – Escola de Idiomas Emprega Vale

Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

A diversidade dos parceiros, conforme a tabela 8, mostra a dimensão do tipo de serviços oferecidos nas Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, ao longo dos dois anos de realização. Os parceiros trabalharam atendendo a necessidades específicas como tratamento de dentes, fisioterapia, aferição de pressão, aferição de glicemia, métodos de escovação de dentes e com clínica geral. A maior parte desses atendimentos depois continuava, porque as pessoas eram encaminhadas para unidades de saúdes mais próximas dos bairros e os resultados das mamografias e dos preventivos realizados pelo hospital do câncer eram encaminhados

para as respectivas pessoas e os casos que exigiam cuidados posteriores eram encaminhados para a própria unidade do hospital.

Os parceiros podem ser divididos em parceiros comerciais, isto é, aqueles que compareceram às Ações Comunitárias com o fito de oferecer produtos vendáveis aos participantes dos eventos, e parceiros institucionais, como as Secretarias Municipal e Estadual de Educação, as Fundações, os Institutos e outros órgãos públicos, como o Detran. Uma presença significativa foi a da Banda do Comando Militar do Oeste, que esteve presente nos dois anos de realização das Ações Comunitárias.

Diante destas explicações, é possível passar para o resultado geral das Ações Comunitárias de 2016:

Figura 4 - Estatística Geral - Ação Comunitária 2016

ESTATÍSTICA GERAL - AÇÃO COMUNITÁRIA 2016												
Ação Comunitária	Local	Bairro	Data	N. Parceiros	Educação/Cidadania	Saúde	Esporte/Lazer	Espectadores	Pessoas Presentes	Total Atendimento	Distr. Material	Distr. Gen. Alimentícios
1 ^a	Salesianos Ampare	Tiradentes	20/02/2016	21	650	389	173	300	500	1512	4311	1200
2 ^a	E.E. Manoel Bonifácio Nunes da Cunha	Tarumã	19/03/2016	21	537	130	67	200	350	934	3720	600
3 ^a	E.M. Nazira Anache	Jd. Anache	09/04/2016	23	981	469	252	400	700	2102	2179	1563
4 ^a	E.E. Fausta Garcia Bueno	Vl. Nasser	19/05/2016	24	859	249	500	300	700	1908	3340	840
5 ^a	E.M. Prof. Fauze Scaff Gattass Filho	Vl. Nova Campo Grande	11/06/2016	23	1267	348	315	350	750	2280	2081	900
6 ^a	E.E. Maestro Heitor Villa Lobos	Jardim Parati	30/07/2016	23	1030	364	392	800	1200	2586	2844	1302
7 ^a	E.E. Rui Barbosa	Santo Antônio	13/08/2016	24	1029	457	281	150	600	1917	3582	803
8 ^a	Casa Dom Bosco	Taquaral Bosque	24/09/2016	23	1152	377	412	200	700	2141	1557	992
9 ^a	E.M. Profº Tomaz Ghirardelli	Dom Antônio Barbosa	26/11/2016	21	842	539	289	600	800	2470	1165	841
				23	8347	3322	2681	3300	6300	17850	24779	9041
TOTAL GERAL ATENDIMENTO							17850					

Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

Os dados acima mostram uma queda no número de pessoas atendidas durante o ano de 2016, em relação ao ano de 2015. A explicação para esse fato já foi oferecida anteriormente: não foi possível realizar a Ação do mês de outubro, no Parque Ayrton Senna, em parceria com a ABO. A tabela 9 mostra as metas estabelecidas e as metas alcançadas em 2016:

Tabela 9 - Metas

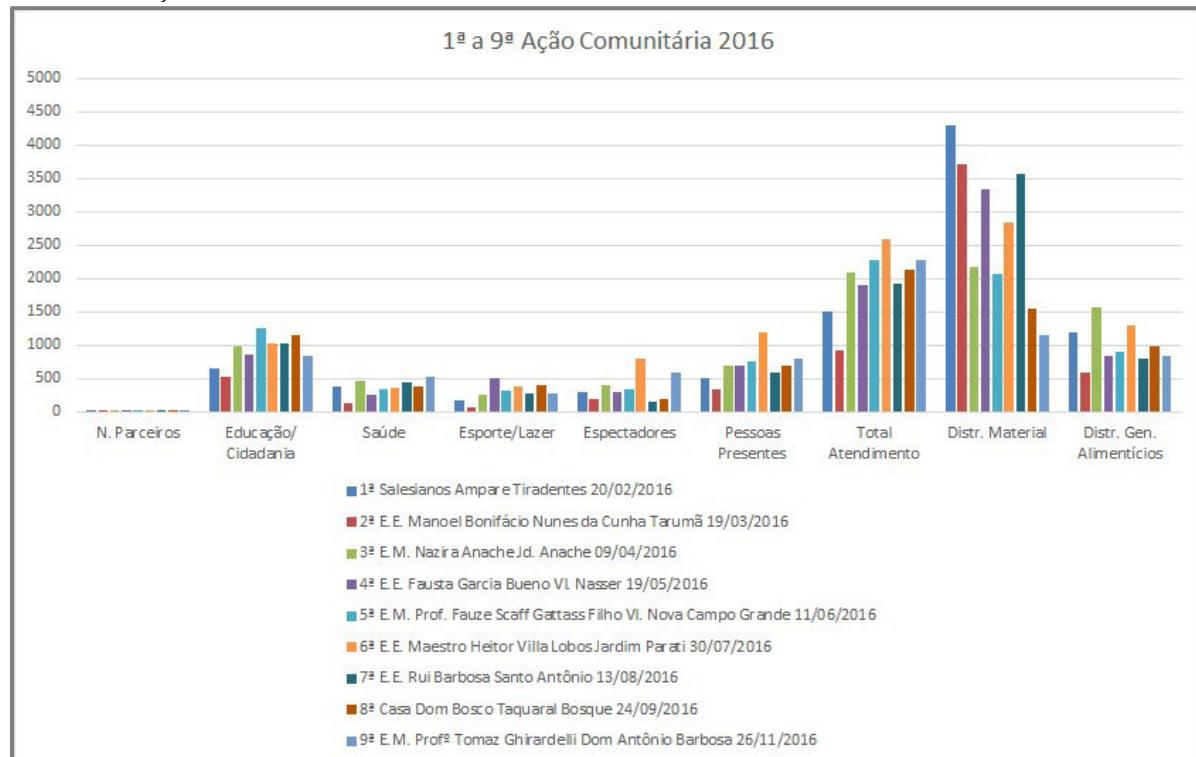
Objetivos Específicos	Metas Estabelecidas	Metas Alcançadas	Alcance Meta (%)
Realizar 10 Ações Comunitárias	10	09	90%
N. de pessoas presentes (1.000 por ação)	9.000	6.300	70%
N. de atendimentos (2.000 por ação)	18.000	17.850	99%

Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

Analizando os atendimentos de 2015, que totalizaram 25.764, com os de 2016, que totalizaram 17.850, de um total de 18 mil previstos, chega-se à conclusão de que a meta foi atingida mesmo sem a realização de uma das ações previstas.

O gráfico 1 mostra um comparativo dos atendimentos da primeira à nona Ação Comunitária de 2016, com os seus respectivos campos de necessidades:

Gráfico 1 Ação Comunitária 2016



Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

Assim como no ano de 2015 houve a distribuição de material informativo, educativo e cultural, além de gêneros alimentícios, no ano de 2016 essa tônica se repetiu. Se em 2016 a Semalo não se fez presente em nenhuma das ações, em 2015 e 2016 a Dale Sorvetes distribuiu mais de 600 sorvetes por Ação Comunitária. De todo modo os serviços de educação/cidadania e saúde sobressaíram mais uma vez entre os mais procurados nas ações comunitárias.

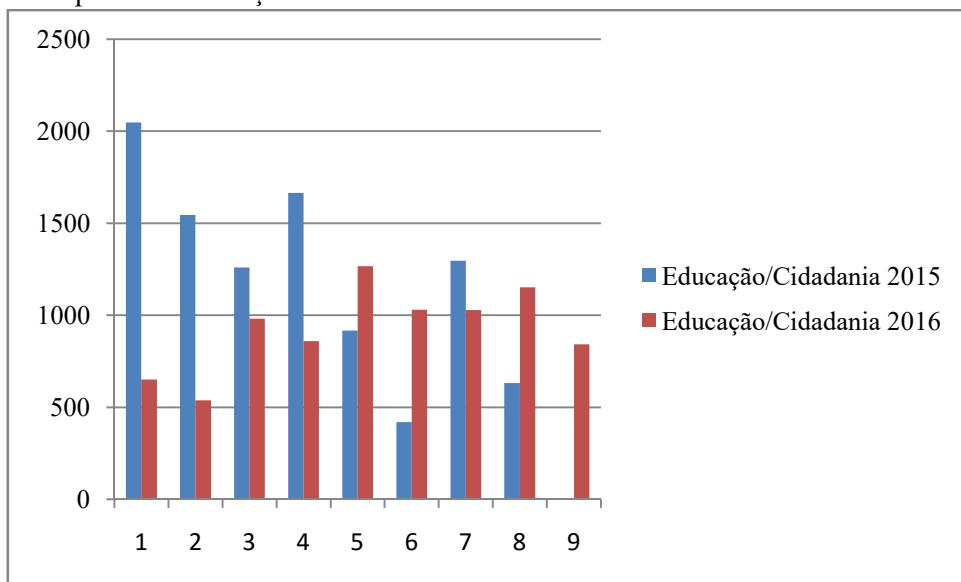
Haveria uma série de outros elementos que poderiam ser analisados a partir das tabelas, dos mapas, dos quadros e gráficos acima. No entanto só o fato de as pessoas procurarem por serviços básicos de saúde já reflete a situação da saúde em todos os âmbitos governamentais. Mostra, portanto, a deficiência do sistema público de saúde ou mesmo a dificuldade de acesso aos serviços pela população mais distante do centro da cidade.

4.4.3 Alguns dados comparativos entre as Ações Comunitárias de 2015 e 2016

Acima foi expostoo que os serviços mais procurados nas Ações Comunitárias promovidas pela FM Educativa UCDB 91.5 foram os de educação/cidadania e os de saúde. Esses dados são importantes para mostrar uma comparação entre o que ocorreu no ano de 2015 e o

ano de 2016. Além desses dois tipos de serviços oferecidos, será apresentado também um gráfico do número de pessoas que participaram nos dois anos das Ações Comunitárias. O gráfico 2 apresenta os dados sobre os serviços de educação/cidadania:

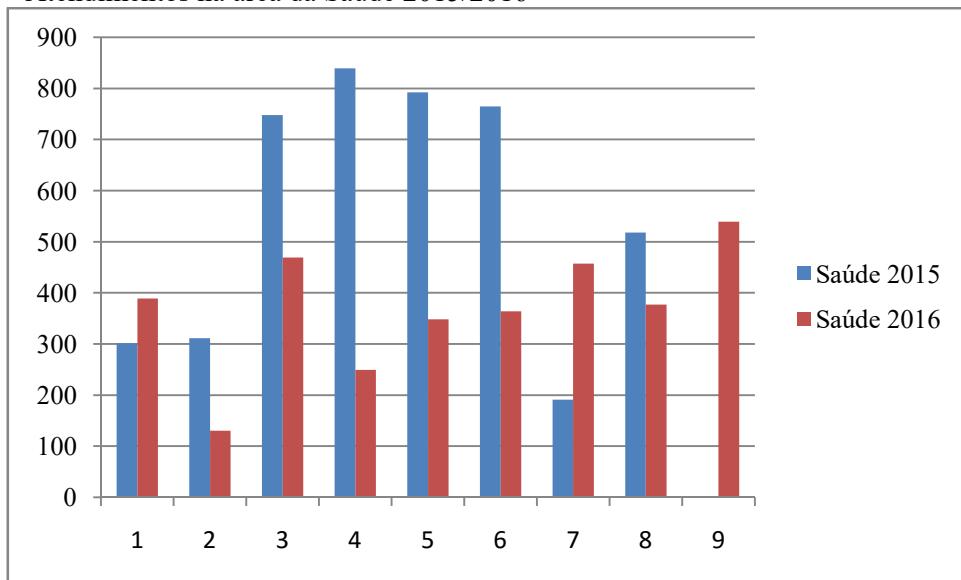
Gráfico 2- Comparativo Educação/Cidadania



Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

Destaque-se no gráfico que as torres azuis são relativas ao ano de 2015 e as outras relativas ao ano de 2016. Por educação/cidadania entendem-se os serviços de informação sobre aposentadoria, direitos dos consumidores, orientações advocatícias, emissão de documentos, entre outros serviços. No ano de 2015 houve mais procura por esses serviços em especial em cinco ações comunitárias, ou seja, da primeira à quarta, e depois somente na sétima Ação Comunitária. O que se percebe, a partir dos dados do ano de 2015 é que os bairros Universitário, Nova Lima, Jardim Ouro Verde, Vila Nasser e Dom Antônio Barbosa, situados mais distantes do centro da cidade, ou mesmo do Parque dos Poderes, têm mais dificuldade de acesso aos serviços de educação/cidadania. Foi importante ter realizado em 2015 as Ações Comunitárias nesses bairros. Nas Ações quinta e sexta e oitava e nona, do ano de 2016 a situação se inverteu. Foram os Bairros Vila Nova Campo Grande, Jardim Parati, Taquaral Bosque e Dom Antônio Barbosa os que mais apresentaram necessidades nessa área. Mais uma vez são bairros situados distante do centro da cidade e também do Parque dos Poderes.

Quanto aos serviços de saúde oferecidos nos dois anos das Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5, segundo os dados coletados os serviços mais procurados depois dos serviços de educação/cidadania. O gráfico levantado foi o seguinte:

Gráfico 3 - Atendimentos na área da Saúde 2015/2016

Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

No gráfico 3 o azul representa os atendimentos na área de saúde no ano de 2015 e o verde representa os dados de 2016. No ano de 2015 os atendimentos somente não foram superiores aos de 2016 na primeira, na sétima e na nona Ações Comunitárias. Quanto à nona o resultado é natural, porque em 2015 só foram realizadas 8 Ações. No ano de 2015 foi parceiro das Ações o Hospital de Câncer de Barretos. Ele funcionava como carro-chefe das atividades. Além disso havia uma parceria mais profícua da UCDB, com os cursos de enfermagem e fisioterapia. Nas ações iniciais de 2016 a Universidade pouco participou das atividades, estando mais presente nos espaços salesianos, como o Salesianos Ampare, a Casa Dom Bosco e a Obra Social Paulo VI. Além disso as ações iniciais não contaram com o Hospital do Câncer de Barretos. No entanto, embora a terceira Ação de 2016 tenha apresentado um número significativo de atendimentos na área da saúde, estes somente foram retornando à sua normalidade a partir do momento em que entrou em cena o ônibus do Hospital de Câncer José Abrão. Isso provou que as Ações Comunitárias ganham em quantidade e qualidade quando há parceiros de relevância, em especial na área carente da saúde.

Para finalizar esta parte, a tabela 9 apresenta o total geral dos atendimentos realizados nos dois anos de realização das Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5.

Tabela 10 - Número Total de atendimentos 2015-2016

Número total de atendimentos 2015-2016	
Número médio de parceiros por ação	25
Educação/cidadania	18.127
Saúde	7.787
Esporte/lazer	6.210
Expectadores	11.500
Pessoas atendidas	15.700
Total de atendimentos	43.424
Distribuição de materiais	57.955
Distribuição de gêneros alimentícios	29.254

Fonte: Guttemberg & Freire, 2016

A tabela 9 mostra que as Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 foram importantes não somente por causa das parcerias, mas principalmente por causa dos atendimentos oferecidos. O número total dos atendidos nos dois anos foi da ordem de 43.424. Além disso as duas áreas mais procuradas foram as de educação/cidadania, com um total de 18.127 atendimentos e de saúde, com 7.787 atendimentos.

Estes dados possibilitam agora traçar um paralelo entre a temática do desenvolvimento, que é objeto deste estudo, na sua relação com a responsabilidade social, que foi uma das finalidades principais das Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5.

4.5 O desenvolvimento local é uma autoestrada

Após fazer essa apresentação dos dados sobre as Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 é preciso agora voltar ao início para perceber que o universo de todo o trabalho realizado até aqui tem como objetivo pensar o desenvolvimento, não como um desenvolvimento qualquer, mas como o desenvolvimento social, político, econômico, cultural, humano, sustentável, equilibrado. Dentro desse universo os agentes de desenvolvimento possuem várias faces: eles têm a face de cada pessoa que vive em um determinado território, formando comunidade, interagindo com os entes governamentais e as empresas e os empresários, para criar sinergia em vista da melhoria das condições de vida de todos.

A perspectiva do desenvolvimento pode ser captada a partir da imagem de uma grande autoestrada. Toda autoestrada tem um ponto de partida e um ponto de chegada. Ela pode surgir no local – o ponto de partida – em que as pessoas vivem e pode se expandir desse lugar para outros lugares a partir das experiências vividas pelo indivíduo e pela comunidade na qual ele está inserido. Nesse caso a busca pelo desenvolvimento é como que engendrada no territó-

rio das necessidades locais. As experiências de sucesso vão espalhando a sua semente ao longo da autoestrada a ponto de ir transformando tudo o que se encontra na margem de saída.

Por outro lado, o lado contrário da autoestrada também precisa passar pelo mesmo processo de transformação. O ponto de chegada da autoestrada a partir de onde se saiu é também um ponto de partida para os agentes que estão lá. Eles podem constituir, por exemplo, uma comunidade, ou simplesmente serem entes governamentais ou empresariais. Saindo do lugar de sua origem – o ponto de partida de lá – eles não podem simplesmente realizar a viagem por um veículo aéreo e aterrissar diretamente no ponto de chegada que planejaram, com suas políticas ou com a sua pretensão de se instalar lá, como se tivessem a solução para todas as necessidades desse local.

O que pavimenta essa estrada são justamente os anseios dos indivíduos e das comunidades que se instalaram ao longo dessa autoestrada. Por isso do seu ponto de partida é preciso que os entes governamentais e os empresários cruzem a autoestrada e na via paralela que os leva do seu ponto de partida vão descobrindo o que já foi construído ao longo da história e ao chegar ao seu destino, percebam que o território já está povoado por pessoas, por comunidades, e é um território de necessidades bastante definidas. Se não houver diálogo, parceria, conhecimento dos recursos humanos e do capital social locais, não levarão desenvolvimento, mas imporão o que se chama desenvolvimento para o local. As parcerias e a imersão no território do outro, no território de suas necessidades e a capacidade de diálogo ajudarão a transformar o desenvolvimento que era para o local em desenvolvimento local.

A primeira preocupação deste trabalho, portanto, é com o desenvolvimento, não como um termo isolado, mas como uma locução que dá um sentido endógeno, de baixo para cima, que vai do território dos indivíduos, do território de suas necessidades, para o território da economia e dos entes governamentais, com suas políticas públicas e suas normas. A locução que define com clareza este trabalho é *desenvolvimento local*.

4.5.1 As Ações Comunitárias e a descoberta de territórios de necessidades

As Ações Comunitárias da FM Educativa UCDB 91.5 foram engendradas no final do ano de 2014. A ideia começou a ser operacionalizada no ano de 2015, quando foram realizadas 8 Ações em territórios de necessidades de diversos bairros de Campo Grande. Na autoes-

trada invadida pelas ondas da emissora já existiam muitos entes com maiores conhecimentos das necessidades locais. A emissora tinha como objetivo fortalecer a sua marca/imagem diante dos diversos agentes de necessidades e também daqueles que já atendiam nos territórios dos bairros. No primeiro ano de atividades, ou seja, em 2015, as Ações Comunitárias atenderam aos bairros Universitário, Nova Lima, Jardim Ouro Verde, Vila Nasser, Moreninha, Serradinho, Dom Antônio Barbosa e Maria Aparecida Pedrossian. No segundo ano, ou seja, em 2016, outros bairros receberam as Ações e alguns voltaram a recebê-las. Foram eles: o Tiradentes, o Tarumã, o Jardim Anache, a Vila Nasser, de novo o Serradinho, na Nova Campo Grande, o Jardim Parati, o Santo Antônio, o Taquaral Bosque e mais uma vez o Dom Antônio Barbosa.

Em si a experiência promovida pela FM Educativa UCDB 91.5 era uma experiência em vista do desenvolvimento local, uma vez que o território de sua irradiação e de sua influência é antes de tudo o território de Campo Grande. Os termos usados no relatório final das Ações Comunitárias de 2016, elaborado por Guttemberg & Freire (2016) não deixam dúvidas quanto a isso. Na verdade não é próprio do desenvolvimento local a ideia de realizar intervenções dentro de um território a partir de fora ou gerar resultados locais com o fito de se promover uma marca ou melhorar a imagem de uma empresa ou fundação. Isso desviaria o foco da própria responsabilidade social. Tudo isso é perceptível no relatório.

O que o projeto e a operacionalização, no entanto, têm de relevante para o desenvolvimento local é o fato, em primeiro lugar, de reconhecer que existem necessidades nesses territórios que não estão sendo satisfeitas pelos entes públicos. Essas necessidades têm nome: alimentação, cidadania, emprego, moradia, serviços públicos de qualidade e, principalmente, saúde. Se se analisar essas necessidades a partir dos critérios do desenvolvimento local, nos quais território não necessariamente significa um espaço delimitado ou mesmo sujeito a uma lei e governado, descobre-se que existem no território de Campo Grande verdadeiros territórios de necessidades.

Diante disso as Ações Comunitárias realizadas são ações ditas locais. Para isso outros termos caros ao desenvolvimento local surgiram ao longo da realização das Ações Comunitárias, como parcerias, serviços voluntários, mutirão, inclusão social, fortalecimento da cidadania, informação, necessidades, território, condição de vida, *marketing* e *accountability* social, responsabilidade social e comunidade, e esses termos foram pavimentando a parte da autoestrada que levou a FM Educativa UCDB 91.5 e os seus parceiros: empresas e fundações go-

vernamentais a agir nos territórios de necessidades que existem nos bairros mais distantes do centro de Campo Grande ou do Parque dos Poderes.

Os dados coletados e catalogados pela Fundação Dom Bosco durante dois anos servem para ajudar as empresas a conhecer melhor esses territórios e a realizar atividades sociais nos ambientes de produção e de prestação de serviços, como investimento na melhoria das condições de vida dos territórios de necessidade mais distantes dos locais onde estão localizados os serviços mais especializados da cidade. E podem realizar isso não apenas para contabilizar em um relatório social para ficar bem com a sociedade, como se a responsabilidade social fosse um *marketing* ou uma *accountability* social, mas como parte da sua responsabilidade para as melhorias das condições de vida da população. Assim as empresas e os empresários perceberão que estão lidando não somente com clientes, com consumidores, que os ajudam a aumentar o lucro da empresa, mas estarão dando uma resposta às suas necessidades.

Os dados coletados e catalogados pelos dois relatórios das Ações Sociais da FM Educativa UCDB 91.5 também ajudam a mostrar que serviços públicos de cidadania, como informações sobre Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), sobre defesa do consumidor, vale transporte, emprego, e especializados, como os de saúde, podem ser minorados com ações pontuais, como os exames feitos pelos Hospitais do Câncer de Barretos e José Abraão, a aferição da glicemia e da pressão e o tratamento dentário, mas que precisam ser continuados, para se evitar a superlotação das Unidades de Pronto Atendimento, dos hospitais de trânsito e dos hospitais do Câncer, Regional e Santa Casa.

4.5.2 A responsabilidade social é fruto da integração entre empresas e os territórios de necessidades

Ao mover os olhares dos parceiros ao longo da autoestrada que leva aos territórios de necessidades, a FM Educativa UCDB 91.5, segundo os critérios do desenvolvimento local, como já foi mencionado acima, tinha a consciência de que um projeto de desenvolvimento não pode ser simplesmente intervencionista nem paternalista. De fato levar serviços gratuitos para um local que muitas vezes só conhece de perto o vereador ou prefeito, ou qualquer outro agente de outros âmbitos de governo, em períodos eleitorais, que trazem promessas e muitas vezes compram o voto, pode se transformar em paternalismo. As empresas também podem se aproveitar desses momentos para vender produtos, captar consumidores, mas não resolvem

problemas como o do emprego. No fim um projeto como o da Ação Comunitária poderia gerar para as próprias empresas um relatório social e dar-lhes visibilidade, uma vez que os parceiros são anunciados com um mês de antecedência, sem custos pela FM Educativa UCDB 91.5.

Mas este seria um custo muito elevado para os empresários, porque eles têm que pagar os funcionários para se deslocaram até os lugares nos quais se realizam as Ações Comunitárias. O que as Ações possibilitam às empresas é justamente estabelecer diálogo com as necessidades dos consumidores e clientes e descobrir que elas têm um papel fundamental no que diz respeito ao desenvolvimento da cidade, em especial naqueles territórios de necessidades que têm problemas de moradia, emprego, creches, casas de repouso, qualificação profissional, acesso a serviços básicos e de transportes, entre outros. Em certo sentido os clientes atendidos pelas empresas nas Ações Comunitárias são os seus maiores “acionistas” e “investidores”, pois, mesmo tendo padrões de vida baixo, são consumidores de seus produtos e serviços.

Se analisadas a partir desse critério, as Ações Comunitárias cumpriram com o seu objetivo de promover desenvolvimento local nos locais nos quais foram realizadas e que as parcerias serviram para despertar as empresas não para elaborar um relatório social, mas para a responsabilidade social, que o relatório social apenas expressa em número, mas não em necessidades.

As empresas que participaram das Ações Comunitárias, ao percorrerem o trecho que lhes compete, na autoestrada que pode levar ao que se chama desenvolvimento local, podem descobrir que precisam passar dos números para ações concretas que mostram que estão comprometidas com os territórios de necessidades e com aqueles que dão vida a eles, ou seja, os habitantes do território de Campo Grande, nem sempre atendido pelos serviços públicos de saúde e de cidadania.

Assim a autoestrada que começou no primeiro capítulo tinha como ponto de partida desenvolvimento, passava pela responsabilidade social, como foi descrito no segundo capítulo, até chegar às Ações Comunitárias. Este foi um lado da autoestrada. Mas é preciso construir também o outro lado da autoestrada: as Ações Comunitárias se transformam em ponto de partida para que as empresas possam exercitar a responsabilidade social em vista do desenvolvimento, como um todo, e o desenvolvimento local em específico. Para isso a reinvenção não é somente das empresas, mas é também dos governos e da própria sociedade, em vista da melhoria das condições de vida da população e da redução dos índices de exclusão existentes o território urbano e rural de Campo Grande.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário mundial contemporâneo percebe-se o processar de inúmeras transformações de ordem econômica, política, social e cultural que, por sua vez, se adaptam aos novos modelos de relações entre instituições e mercados, organizações e sociedade. No âmbito das atuais tendências de relacionamento, verifica-se a aproximação dos interesses das organizações e os da sociedade resultar em esforços múltiplos para o cumprimento de objetivos compartilhados.

O resultado dessa aproximação das empresas com a sociedade chama-se responsabilidade social e diz respeito ao cumprimento dos deveres e obrigações dos indivíduos e empresas para com a sociedade em geral.

É difícil de acreditar que em uma capital de um Estado brasileiro poderia haver grupos de excluídos socialmente, a espera de serviços essenciais oferecidas pelo poder público que não se efetivam em suas vidas como a cidadania e a saúde.

A responsabilidade social é um conceito segundo o qual as empresas decidem contribuir para formar uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Com base nesse pressuposto, a gestão das empresas não pode, e/ou não deve, ser norteada apenas para o cumprimento de interesses dos proprietários das mesmas, mas também pelos de outros detentores de interesses como, por exemplo, os trabalhadores, as comunidades locais, os clientes, os fornecedores, as autoridades públicas, os concorrentes e a sociedade em geral.

Num contexto da globalização e de mutação industrial em larga escala, emergiram novas preocupações e expectativas dos cidadãos, dos consumidores, das autoridades públicas e dos investidores. Os indivíduos e as instituições, como consumidores e/ou como investidores, adotam, progressivamente critérios sociais nas suas decisões, por exemplo, os consumidores recorrem aos rótulos sociais e ecológicos para tomarem decisões de compra de produtos.

Daqui tem resultado um conhecimento mais rápido e mais profundo das ações empresariais – tanto as socialmente irresponsáveis quanto as que representam bons exemplos – com consequências notáveis na reputação e na imagem das empresas.

Responsabilidade social empresária é um dos novos fenômenos de mercado proveniente da globalização da economia. Ao longo dos ciclos históricos, a empresa foi orientada sucessivamente para o produto, para o mercado e depois para o cliente. Agora a empresa encontra-se orientada para o social.

Para efetivar a responsabilidade social e atender a parcela da população que realmente necessita, quer seja pela ineficiência da prestação do serviço pela administração pública ou pela ingerência do gestor público, uma das opções das empresas são as ações comunitárias. Atender aos bairros, pois é essencial pois existem diversos grupos de vizinhança com características de grupo primário, mantendo relações de convivência e em alguns deles, de auxílio mútuo.

As Ações Comunitárias são um conjunto de ações ou atividades realizadas em territórios de necessidades específicas, em prol da solução de problemas comuns. Quando diversos habitantes de um bairro resolvem tomar a iniciativa ou são incentivados a tomar as rédeas do próprio destino, percebe-se que há o desencadeamento de diversos fatores positivos pra a sociedade em geral.

Cada bairro tem suas características pessoais e coletivas, mas em Campo Grande, como em outras localidades do Brasil, ainda é forte a questão da exclusão social. Seus limites são político-administrativamente definidos, faz parte de um distrito, que por sua vez integra o município. A delimitação do bairro como unidade local do processo de Ação Comunitária se reforça pela criação e uso de recursos e serviços sociais para atendimento das necessidades básicas de sua população. Além de se apresentar como área delimitada e específica, o bairro oferece a possibilidade de um trabalho sobre uma realidade global, pois está inserido no território urbano, e este, por sua vez, faz parte de uma região, esta região de um país, e finalmente este país dentro de uma comunidade internacional. Todas estas comunidades, menores e maiores, são igualmente afetadas por um processo permanente de mudança, em algumas comunidades em ritmo mais acelerado.

O processo de Ação Comunitária pode envolver toda a população de um bairro ou mais especificamente um grupo representativo desta localidade. Este grupo representativo ou grupo comunitário representa o bairro do qual faz parte, isto é, está no lugar do bairro.

As perguntas apresentadas para iniciar quanto para terminar este trabalho podem agora ser respondidas. Pode-se afirmar que as empresas não irão renunciar à sua missão de produzir bens e serviços, porém, para criar identidade com a sociedade, seria uma ótima oportunidade de divulgar seus serviços e produtos, associando sua imagem através de ações que minimizem os problemas sociais. Vê-se também que as empresas, descobrindo a sua responsabilidade social, irão se envolver com a sociedade para engendrar processos de desenvolvimento com características locais.

REFERÊNCIAS

1 Internacionais:

1.1 Em Inglês

DECROP, Alain. **Qualitative research practice. A guide for social science students and researchers. Recherche et applications en marketing**, v. 19, n. 2, p. 126-127, 2004.

JABBRA, J. G. and DWIVEDI, O. P. (eds.), **Public service accountability: A Comparative Perspective**, Kumarian Press, Hartford, CT, 1989, ISBN 0-7837-7581-4.

KOTLER, P. e ZALTMAN, G., Social marketing: an approach to planned social change, *in Journal of Marketing*, julho de 1971.

WOLCOTT, H. F. Posturing in qualitative inquiry, *in Le Compte, M.D. et al. The handbook of qualitative research in education*. London: Academic Press Inc. 1992.

1.2 Em Francês

PECQUEUR, Bernard; ZIMMERMANN, Jean Benoît. **Les fondements d'une économie de proximités. Economie de proximités**, Paris, Editions Lavoisier, 2004.

1.3 Em Espanhol

AROCENA, José. Discutiendo la dimensión local. Las coordenadas del debate. Descentralización y desarrollo local, *in Cuadernos Del CLAEH. Revista Uruguaya de Ciencias Sociales*, año 13, n. 48, 2ª serie, p. 7-16, 1988/1-2.

BARQUERO, Antonio Vázquez. Desarrollo endogeno y globalizacion. *In: BARQUERO, Antonio Vásquez. Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*. Editorial Homo Sapiens, Rosario, 2001.

2 Nacionais

ACKOFF, R.L. **Planejamento de pesquisa social**. São Paulo: Herder/EDUSP, 1976.

ÁVILA, Vicente Fideles. **Cultura, desenvolvimento local, solidariedade e educação. I Colóquio Internacional de Desenvolvimento Local: O desenvolvimento na perspectiva do desenvolvimento humano**. Campo Grande: UCDB, 2003.

ÁVILA, Vicente Fideles. **Pressupostos para formação educacional em desenvolvimento local**. Revista Internacional de Desenvolvimento Local, v. 1, n. 1, p. 63-76, 2000.

ÁVILA, Vicente Fideles de. Realimentando discussão sobre teoria de desenvolvimento local. *In Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local*, v.8, n.13, set. 2006.

BEGHIN, Nathalie. **A Filantropia empresarial: nem caridade, nem direito**. São Paulo, Cortez, 2005.

BEHRING, Elaine Rossetti. **Brasil em contrarreforma: desestruturação do estado e perda de direitos**. São Paulo: Cortez, 2003.

BICALHO, Aline et al. **Responsabilidade social das empresas e comunicação. Responsabilidade social das empresas**. São Paulo: Petrópolis, 2003.

BUENO, Wilson. **Comunicação empresarial – teoria e pesquisa**. Barueri. Ed. Manole, 2003.

- CARVALHO, José Murilo. **Cidadania no Brasil: o longo caminho.** 6.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.
- CERVO, A.L. e BERVIAN, P. A. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários.** 3^a Edição. São Paulo: McGraw Hill do Brasil, 1983.
- COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial: direito de empresa.** São Paulo: Saraiva, 2011.
- DOWBOR, Ladislau. **Democracia econômica: alternativas de gestão social.** Petrópolis: Vozes, 2008.
- DOWBOR, Ladislau. **O desenvolvimento local e a racionalidade econômica.** Rede de Tecnologia Social RTS. 2006.
- DRUCKER, P. F. **O novo papel da administração.** São Paulo: Nova Cultural, 1986. Coleção Harvard de Administração, v. 1, p. 7-22.
- ETHOS. **Conceitos Básicos e indicadores de responsabilidade social empresarial.** São Paulo: Instituto Ethos, 2002.
- FILHO, Cláudio Antonio Pinheiro Machado & ZYLBERSZTEJN, Décio, Capital reputacional e responsabilidade social: considerações teóricas, *in Caderno de pesquisas em administração*, São Paulo, V. 11, p. 87-98, abril/junho de 2004.
- FIORI, José Luís. **Ajuste, transição e governabilidade: o enigma brasileiro.** In: TAVARES, M. C.; FIORI, J. L. Desajuste global e modernização conservadora. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993. p. 127-188.
- FONSECA J.J.S. **Metodologia da pesquisa científica,** Fortaleza: UEC, 2002.
- FRIEDMAN, Milton, **Capitalismo e liberdade,** São Paulo: LTC, 2016.
- GERHARDT, Tatiana Engel e SOUZA, Aline Corrêa de, Aspectos teóricos e conceituais, *inMétodos de pesquisa / [organizado por] Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira ; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e gestão para o desenvolvimento rural da SEAD/UFRGS.* – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GONÇALVES, Carlos Walter Porto. O desafio ambiental. *In: SADER, Emir (Org.). Os porquês da desordem global. Mestres explicam a globalização.* Rio de Janeiro: Record, 2004.
- GUTEMBERG, Eddie e FREIRE, Gisele Gordin, **Relatório geral Ação Comunitária 2015/2016, Fundação Dom Bosco – FM Educativa UCDB 91.5,** Campo Grande, 2016.
- HEGENBERG, L. **Etapas da investigação científica.** São Paulo: EPU-EDUSP, 1976.
- IANNI, Octávio. **Globalização: novo paradigma das ciências sociais.** Estud. Av., v.8, n.21, ago.
- IFMS, Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul Estudo sobre a Competitividade nos Setores de Comércio, Serviços e Turismo em Mato Grosso do Sul: Perspectivas até 2020/ Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul (FECOMERCIO/MS); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/MS). – Campo Grande/MS: FECOMERCIO/MS – SEBRAE/MS, 2011, 156 p.
- JOLIVET, R. **Curso de Filosofia.** 13^a Edição. Rio de Janeiro: Agir. 1979.
- LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. Desenvolvimento local na abordagem territorial do atual sistema-mundo. *In: TREMBLAY, Gaetan; VIEIRA, Paulo Freire (Orgs.). O papel da universidade no desenvolvimento local.* Florianópolis: APED, 2011. p. 107-122.1994.

- LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. **Do território produzido e vivido ao dinamismo territorial.** <http://www.siid.ucdb.br/docentes/arquivos/109132>, 2008.
- LOPES, Cristiano Aguiar, **Regulação da radiodifusão educativa**, Brasília: Consultoria Legislativa, março/2011.
- LOURENÇO, Gilmar Mendes. **Economia brasileira: da construção da indústria à inserção na globalização**. Curitiba: Ed. do Autor, 2005.
- MOGGI, J.; CHAVES, L. A. **Empresa de família – crescimento, desenvolvimento, perpetuidade**. Rio de Janeiro: Qualymark, 2013. 168 p.
- MOURA, Reinaldo A. **Flexibilidade total, homem x máquina**, São Paulo, IMAM, 1987.
- NETTO, José Paulo. Repensando o balanço do neoliberalismo. In: SADER, Emir; GENTILI, Pablo (Org.). **Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o estado democrático**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- OLIVEIRA, José Arimatés de. **Responsabilidade social em pequenas e médias empresas**. Revista de Administração de Empresas. V.24, no 4, p. 203-210, out/dez 1984.
- PAGLIANO *et al.* **Marketing social – o novo mandamento para as empresas**. Estudos Brasileiros de Marketing. Rio de Janeiro: Ibmec, 1999.
- PAULA, Daniel Giotti de. Ainda existe separação entre poderes? A invasão da política pelo direito no contexto do ativismo judicial e da judicialização da política, *in As novas faces do ativismo judicial*. Organização: André Luiz Fernandes Fellet e outros. Salvador: JusPodivm, 2013, p. 271-312.
- PECQUEUR, B.; ZIMMERMANN, J. B. Fundamentos de uma economia da proximidade. *In:* DINIZ, C.; LEMOS, M. (Org.). **Economia e território**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.
- PIRES, É. L.; MULLER, G.; VERDI, A. R. Instituições, territórios e desenvolvimento local: delineamento preliminar de aspectos teóricos e morfológicos. *In Geografia Associação de Geografia Teórica*, Rio Claro, SP, v. 31, p. 437-54, set./dez. 2006.
- PRODANOV, Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar de, **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**, 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.
- RIBEIRO, Cristina Ramos da Silva & SILVA, Oswaldo Ribeiro, As quatro fases da FM UCDB: entre o educativo, o pedagógico e o comercial, *in A História do Rádio em Campo Grande*, Daniela Cristiane Ota, organizadora, Campo Grande, MS: Editora UFMS, 2015, p. 177-189.
- RUDÁ, Ricci. **Por uma lei de responsabilidade social ou... Para se contrapor ao Estado-Facilitador** <http://www.espacoacademico.com.br>, Revista Espaço Acadêmico, no. 33, fevereiro 2004.
- SADER, Emir. Hegemonia e Contra-Hegemonia. *In: CECEÑA, Ana Esther (Org.). Hegemônias e emancipações no século*. 1.ed. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2005. p. 15-34.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. Processos de globalização. *In: SANTOS, B. S. (Org.). A globalização e as ciências sociais*. 3.ed. São Paulo: Cortez, 2005; Porto: Afrontamento, 2001, p. 31-106.
- SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. 5. ed. São Paulo: Edusp, 2005.

- SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 2. Ed. São Paulo: Edusp, 1977.
- SCHEUNEMANN, Inguelore e OOSTERBEEK, Luiz, **Gestão integrada do território – Economia, sociedade, meio ambiente e cultura,** Rio de Janeiro: IBIO Editora, 2012.
- SILVA, José Graciano da. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. *InRevista Estudos Avançados*, São Paulo, v.15, n. 43, p. 37-50, set./dez. 2001.
- TARTARUGA, Ivan G. P. As inovações nos territórios e o papel das universidades: notas preliminares para o desenvolvimento territorial no Estado do Rio Grande do Sul. *In Fundação de economia e estatística Siegfried Emanuel Heuser*, Porto Alegre: dez. 2010. p. 1-24. (Textos para discussão, 81).
- TAVARES, Maria da Conceição. As políticas de ajuste no Brasil: os limites da resistência. *In: TAVARES, M. C.; FIORI, J. L. Desajuste global e modernização conservadora.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993. p. 75-126. VIOLIN, Tarso Cabral. Terceiro setor e as parcerias com a administração pública: uma análise crítica. Belo Horizonte: Fórum, 2006.
- TOLDO, Manesa. **Responsabilidade social empresarial. Responsabilidade social das empresas.** São Paulo: Petrópolis, 2003.
- TORRES, Ciro. **Responsabilidade social e transparência, 2005**, em www.ibase.org.br, acesso em 20/11/2016.
- TRUJILLO, F.A. **Metodologia da ciência.** 2^a Edição. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974.