

Empresas Responsáveis e Comunidades Cidadãs Responsabilidade Social sob o Crivo da Comunicação Pública¹

Walderes Brito
Mestre em Comunicação/ UFG

Resumo

A comunicação entre empresa e comunidade pode ser um instrumento instituinte de cidadania e de fortalecimento da responsabilidade social de uma organização econômica. As possibilidades e limites deste processo é o tema deste estudo que toma como referência o relacionamento da Petrobras com a população de um bairro margeado por oleodutos. Lideranças da comunidade foram ouvidas através de entrevistas em profundidade e grupos focais, tendo-se captado sinais de respeito da empresa ao direito da comunidade à informação. Por outro lado, a pesquisa apontou que faltam evidências da contribuição da empresa para o desenvolvimento sustentável da comunidade que, por sua vez, ainda é frágil quanto ao associativismo crítico que a capacitaria a exigir, das estruturas sistêmicas, condutas pautadas pela moralidade pública.

Palavras-chave: Cidadania; Comunicação Pública; Responsabilidade Social Empresarial.

Assimetria talvez seja o termo que melhor traduz a relação empresa/ comunidade. O máximo que se vê por parte das empresas, em geral, é o atendimento dos direitos das pessoas, porém, apenas como consumidoras e não como cidadãs. Ações e omissões de uma empresa, entretanto, impactam a vida de todos que integram o ambiente onde a empresa está instalada ou onde chegam seus produtos e serviços, e não apenas seus clientes. Assim, é justo que a sociedade exija, cada vez mais, uma conduta das empresas que equilibre os pilares da sustentabilidade de modo que seus resultados sejam medidos pela capacidade de promover desenvolvimento econômico, social e ambiental, simultânea e sinergicamente.

Embora usado com vastos e imprecisos sentidos, o discurso da responsabilidade social parece mudar a lógica dominante, criando oportunidade para o estabelecimento de um estilo de relacionamento através do qual a empresa contribui com o processo de emancipação das pessoas e com o fortalecimento da cidadania. Dessa intuição nasceu a proposta de analisar o relacionamento da população do Jardim Nova Goiânia, de Senador Canedo, GO, com a Petróleo Brasileiro S/A, Petrobras, com objetivo de identificar aspectos promotores de cidadania, revelados na memória e na percepção que moradores do bairro têm das interações comunicacionais de que participa, especialmente com a Petrobras.

¹ GT ABRACORP 5 - Relações Públicas comunitárias, comunicação no terceiro setor e responsabilidade social.

1. O método, os interlocutores e a memória do lugar

Do ponto de vista da Comunicação, como Ciência Social Aplicada, esta pesquisa tomou como objeto a interação social ou interação comunicacional, como a define Braga (2001, p. 17/8), referindo-se aos “processos simbólicos e práticos que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizam as diversas ações e objetivos em que se vêem engajados [...] e toda e qualquer atuação que solicita co-participação”. A coleta de dados foi feita pelo enfoque multimétodo (GASKELL, 2007, p. 78), para viabilizar uma maior aproximação ao universo de conceitos e sentidos das pessoas participantes da pesquisa.

Ao todo, 15 pessoas foram ouvidas, tendo sido selecionadas por exercerem algum tipo de liderança na comunidade, como ser membro da Associação de Moradores, pastor, professor ou Agente de Saúde da Família, entre outros. Diversas contradições identificadas na primeira parte da pesquisa (entrevistas em profundidade), foram debatidos grupos focais, integrados por participantes de “nível socioeconômico e acadêmico semelhante, para evitar inibições e constrangimentos” (COSTA, 2008, p. 185), vindos de grupos “naturais”, nos quais as pessoas tendem a interagir conjuntamente, uma vez que elas podem partilhar um passado comum ou ter um projeto futuro comum (GASKELL, 2007, p. 69).

O grupo focal com membros da diretoria da Associação de Moradores foi realizado na residência do casal Maria Ipê e João Barú², pelo fato de ser as casas o ambiente natural de reuniões da Associação de Moradores. O segundo grupo reuniu quatro Agentes de Saúde da Família e foi realizado na escola da comunidade. Todas as atividades iniciaram com um levantamento do que os moradores guardam da formação do bairro.

O loteamento do Jardim Nova Goiânia foi registrado em 1978, 10 anos antes da emancipação de Senador Canedo, em nome da Barro Preto Empreendimentos Imobiliários Ltda, com um total de 620 lotes onde atualmente residem cerca de 500 famílias. Mais relevantes do que os atos formais, as ocupações irregulares é que despontam na memória dos moradores como o fato fundante do Jardim Nova Goiânia, embora as opiniões a respeito deste tema não sejam unânimes. Alguns reclamam que “o pessoal começou a invadir e bagunçou muito”, que a cidade tomou a todos como “invasores”, mas a maioria afirma que as “invasões” é que criaram as condições para o desenvolvimento do bairro.

² Para cumprir a cláusula de sigilo, nomeamos as pessoas ouvidas com nomes de “Maria” e “João” (para identificar gênero), seguido de sobrenomes tomados de árvores do Cerrado, bioma no qual essa pesquisa se desenvolveu e cenário de toda a vida que antecede e transcende esta investigação.

O desenvolvimento de que falam os entrevistados parece uma ficção para quem vê o bairro de fora, mas é nítido para quem o vê desde o seu interior, tendo como pano de fundo a descrição que os pioneiros fazem a respeito das origens da comunidade:

Senador Canedo era só um miolim lá; não tinha posto de gasolina, não tinha posto de saúde, não tinha acho que nem delegacia, energia era nalgumas ruas lá no centro e ninguém queria comprar lote aqui... Falava: "Comprar lote lá naquele mato lá... Senador Canedo tá a três quilômetros lá na frente, não tem praticamente quase nada e essa Nova Goiânia vai levar 50 anos pra virar cidade (JOÃO PEQUI).

Para quem viveu a realidade acima descrita, as condições atuais do bairro, evidentemente, são muito melhores, justificadas com uma lista generosa de destaques feitos: redes de água, energia e telefone; construção de escola; pavimentação; construção de praças, entre outros. Embora tenha o bairro tenha mais de 30 anos, a maioria dessas melhorias chegaram na administração municipal 2005/2008 e a sensação da elevada ocupação do bairro, comum entre as pessoas ouvidas, não se confirma quando analisamos os dados objetivos fornecidos pela Secretaria de Finanças do Município de Senador Canedo, segundo o qual, os imóveis edificadas são 307, contra 345 vagos, ou seja, a ocupação territorial do loteamento ainda não chegou à metade do caminho.

De qualquer maneira, a recente intensificação do processo de ocupação e melhoria da infra-estrutura do Jardim Nova Goiânia impactaram não apenas as condições objetivas de moradia no bairro, mas também, e talvez mais significa e positivamente, a auto-estima dos moradores ouvidos e a percepção que têm do bairro e da cidade.

A memória do que era o bairro e a satisfação com as conquistas já realizadas não embotam, entretanto, a percepção das limitações da comunidade ou o desejo de participar de um permanente processo de construção. O compartilhamento de um passado comum gera uma espécie de opinião consensual a respeito do presente e forja uma espécie de opinião pública a respeito de quais seriam as prioridades para melhorar as condições da comunidade. A lista começa com o pedido de regularização do fornecimento de água; reivindicação de oportunidade de cursar além do quinto ano na escola que é o único equipamento público instalado na comunidade; e maior presença de policiamento no bairro para coibir roubos, vandalismo e outras formas de violência. Além de segurança pública, as duas demandas mais citadas foram creche e posto de saúde.

2. Os conceitos

Antes de apresentar os resultados obtidos em campo é necessário apresentar os critérios que definiram a busca e que também balizaram a interpretação dos dados, que se referem aos conceitos de cidadania e de responsabilidade social empresarial.

2.1 Controvérsias sobre responsabilidade social empresarial³

Cidadania corporativa, marketing social, ecoeficiência, *ecobusiness...* são termos usados na atualidade para sugerir que a atividade econômica capitalista estaria em um estágio diferente do chamado desenvolvimentismo, primando por uma conduta de responsabilidade social empresarial, assim definida:

Forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2008)⁴.

Nesta definição, responsabilidade social engloba todo o agir das empresas e não apenas as suas ações de assistência social. A atuação empresarial neste cenário exige que a instituição estabeleça uma estrutura de gestão da qual o lucro é consequência, sendo classificada como fora da moralidade pública a atuação empresarial com foco exclusivo nos interesses de proprietários e acionistas. Há, entretanto, críticas a esse discurso:

A responsabilidade social empresarial [...] é uma formação ideológica bastante específica cujo objetivo é inculcar na mente dos agentes econômicos que, diante do fracasso do Estado em promover o bem-estar social, cabe à empresa tomar esta posição, até porque, na atmosfera neoliberal e da globalização, a empresa possui uma competência em gerir e o Estado uma total incompetência (GOMES & MORETTI, 2007, p. 10).

Responsabilidade social empresarial, *strito sensu*, traz em si uma exigência de interação social ou de comunicação. Nesse sentido, é altamente relevante o conhecimento que a empresa tem de si, tanto quanto a capacidade e a disposição de se abrir para discutir com suas partes interessadas sobre a adequação ou não das medidas tomadas para minimizar impactos negativos de sua atuação.

³ Dois artigos do autor sobre o tema foram publicados nas revistas Conexão (BRITO, W., 2008) e Organicom (BRITO, W. & GARBELINI, M.F, 2009).

⁴ Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3334&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>>. Acesso em: 5/1/2008.

Neste ponto cumpre um importante papel a Comunicação Pública que, segundo Duarte (2003, p. 9), “trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva”. Para o autor, essa modalidade de comunicação viabiliza o direito ao diálogo e à informação, uma vez que assume a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo:

Comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionados a temas de interesse coletivo. O campo da comunicação pública inclui tudo que diga respeito ao aparato estatal, às ações governamentais, partidos políticos, Terceiro Setor e, em certas circunstâncias, às ações privadas. A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de atendimento às exigências da Comunicação Pública (DUARTE, 2003, p. 10).

O autor critica defende a necessidade de uma política de comunicação, sem a qual uma organização gera apenas atos pontuais, assistencialistas e intuitivos, enquanto que “espera-se da Comunicação Pública que sua prática contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público” (ZÉMOR, 2003, p. 77). A prática da Comunicação Pública, com envolvimento progressivo de distintos setores, incorporação de críticas e sugestões destes grupos, estabelecimento de diálogo estruturado e não episódico é, a nosso ver, o mais elevado nível de comprometimento de uma empresa com os propósitos de ser sócio e ambientalmente responsável.

Nesse sentido, aplicamos à relação empresa/ sociedade a reflexão que Arato (2002, p. 101) faz sobre a interação representante/ representado na seara da democracia representativa: “Se os cidadãos não verbalizarem suas demandas e não se organizarem em iniciativas e fóruns políticos, o papel da opinião pública de monitoramento e de geração de informação pode ser danificado, tornando *accountability* uma promessa vazia”.

Accountability, Comunicação Pública e instrumentos da Responsabilidade Social Empresarial são acessíveis e de alta qualidade para toda empresa que entenda que deve pautar-se pela sustentabilidade e pela ética pelos negócios. Para que isso aconteça, porém, é necessário que a conduta das empresas seja politizada pela sociedade, de modo que a sociedade civil tome para si a tarefa de vigiar a conduta das organizações produtivas, exigindo delas o que todo cidadão tem direito a ter como contrapartida das organizações que lidam com temas, produtos e serviços de interesse público.

2.2 Sinuosos percursos instituintes de cidadania

Uma das indagações de partida desta pesquisa era saber se havia e, em caso afirmativo, como se expressavam os movimentos de geração e fortalecimento de cidadania na comunidade do Jardim Nova Goiânia. Sabíamos, de antemão, que naquele ambiente não encontraríamos vestígios de revoluções, nem organizações sólidas e com elevado nível de autonomia como insinuam idealizadas descrições de esferas públicas, muito menos experiências bem sucedidas de participação popular na definição de regras de vida comum que alterassem o que está posto nos sistemas formais.

Isto significa que não encontraríamos nenhum vestígio de cidadania, caso aplicássemos a clássica fórmula marshalliana, que só valida as lutas que culminam na aprovação de leis no campo dos direitos civis, políticos e sociais. Por esse critério, “o cidadão pleno seria aquele que fosse titular dos três direitos. Cidadãos incompletos seriam os que possuísem apenas alguns direitos. Os que não se beneficiassem de nenhum dos direitos seriam não-cidadãos” (CARVALHO, 2008, p. 9).

Se há algo que move os moradores de comunidades como o Jardim Nova Goiânia na consolidação de um ambiente democrático e de uma condição cidadã, esses movimentos são muito mais sutis que revoltas, rebeliões e mobilizações similares e os seus efeitos e resultados também passam longe dos sistemas de normas e leis, embora não sejam menos importantes para a vida e a dignidade das pessoas e para o tecido social.

Para captar essas sutis movimentações é necessário desenvolver outras sensibilidades, como o faz, por exemplo, Maria Custódia Jorge Rocha⁵ numa crítica à chamada cidadania moderna que, segundo ela, apresenta-se “como um princípio eminentemente liberal” e, como todo processo de institucionalização liberal, está restrito a uma “lógica de monoracionalidade” (ROCHA, 2008, p. 1721).

Segundo a autora, o pretense universalismo do conceito liberal de cidadania na verdade limita-se a uma igualdade jurídica ou formal, que não tem mecanismos nem interesse em promover a superação das desigualdades existentes. Enquanto muitos autores e autoras só enxergam cidadania nos marcos da legalidade, Maria Custódia, muito ao contrário, argumenta que “boa parte dos obstáculos que, na prática, se interpõem à plena realização da justiça, da igualdade e da cidadania é de natureza não-legal” ou mais grave:

⁵ Em todos os textos de Maria Custódia Jorge Rocha está mantida a ortografia lusitana, conforme publicados.

A lei, sendo embora uma afirmação política, pode ver a sua efectividade esgotada em si mesma porque, ou não é regulamentada, ou não tem qualquer aplicação directa com o problema que supostamente pretende regulamentar, ou porque não são criadas as condições necessárias para a sua aplicação, ou porque esta é aplicada seletivamente ou, pura e simplesmente, porque a lei, desviando-se para fins antagónicos dos propostos, pode tornar-se um instrumento de dominação social devidamente adaptado às exigências da economia global mas não em sintonia com as exigências de uma cidadania global e eminentemente comunicativa (ROCHA, 2008, p. 1723).

Na sua tese de doutoramento, Maria Custódia faz um levantamento de autoras e autores críticos à compreensão liberal de cidadania, que fazem um esforço de redefinição deste conceito, alinhando-o a novas formulações de termos como esfera pública e democracia. O ponto comum entre estes autores e autoras é a defesa da superação da clássica dicotomia entre espaços público e privado, propondo a politização de todas as dimensões do cotidiano, de onde derivam afirmações de uma “cidadania cultural”, “cidadania mundial”, “cidadania pós-patrimonial”, “cidadania global”, “cidadania múltipla”, “cidadania educativa”, “cidadania democrática”, “cidadania crítica”, “cidadania reclamada”, “cidadania plena”, entre outras (ROCHA, 2005, p. 82).

Nuria Cunill Grau é outra autora que aponta novas perspectivas, falando de cidadania como toda reivindicação de liberdade e de igualdade e afirmando que:

A participação cidadã expressa o reclamo à liberdade, tanto quanto à igualdade dos sujeitos sociais para tomar parte em ações públicas, com base em uma compreensão ampla da política e do próprio âmbito público como “espaço” dos cidadãos (Cunill Grau, 1998, p. 132).

A autora destaca o “associativismo crítico” da sociedade civil, direcionado à reconstrução das esferas públicas, como condição de participação “no processo de construção de cidadania” (ibid, p. 147.) que, ademais, também pode ser construída através das práticas sociais baseadas na solidariedade, na medida em que essas práticas “contribuem para desenvolver condições éticas para a criação de um tecido associacional crítico, comprometido com o fortalecimento da democracia” (ibid, p. 149).

Embora não faça a síntese conceitual, Maria Custódia Jorge Rocha⁶ oferece os elementos necessários para o que se poderia entender como relações instituintes de cidadania ou “Cidadania Comunicativa Instituinte”, quando fala do advento de “outras

⁶ Em contato realizado com a autora, em 20/12/2008, foi confirmado que Maria Custódia não chegou a conceituar o que seria “Cidadania Comunicativa Instituinte”, embora tenha utilizado a expressão no título de um artigo.

formas de racionalidade que foram, por vezes não de um modo planificado, questionando a racionalidade de algumas irracionalidades, a legalidade de algumas injustiças, a legitimidade de algumas formas de dominação” (ROCHA, 2008, p. 1724)

A autora enxerga também contradições na realidade contemporânea perceptíveis, por exemplo, nas estruturas que sustentam as assimetrias ao mesmo tempo em que debatem com vozes que se apresentam para criticar essas mesmas assimetrias. Destas contradições, Maria Custódia infere que “o poder e o discurso não são só estruturas de dominação mas também relações de poder instituintes e eminentemente comunicativas que se desenvolvem numa multiplicidade de configurações políticas, sociais e organizacionais” (ibid, p. 1725).

Essa compreensão de cidadania como uma condição aberta, sempre sujeita a reelaboração e ampliação, remete ao conceito de Hannah Arendt de cidadania como direito a ter direitos que, segundo Celso Lafer (1988, p. 154), seria o primeiro direito humano na compreensão arendtiana:

A cidadania não se perde cada vez que um dever de cidadania é esquivado. E a privação da cidadania não é uma arma que o governo pode usar para expressar seu descontentamento com a conduta de um cidadão, por mais repreensível que esta conduta possa ser (LAFER, 1988, p. 162).

Essa afirmação equipara cidadania ao conceito de dignidade humana, isto é, como valor inalienável, que sob nenhuma condição pode ser subtraído à pessoa:

Os direitos humanos pressupõem a cidadania não apenas como um fato e um meio, mas sim como um princípio, pois a privação da cidadania afeta substantivamente a condição humana [...], perde a sua qualidade substancial, que é de ser tratado pelos outros como um semelhante (LAFER, 1988, p. 151).

A cidadania em Hannah Arendt, portanto, além de valor inalienável, é a substância da condição humana e o que viabiliza interações sociais cuja origem e destino são o princípio da fraternidade. Essa é a convicção de base com que nos dirigimos à comunidade, portanto, forte ou frágil, precisa ou ambígua, instituída ou em processo de construção, está presente na história e realidade do povo brasileiro e também no Jardim Nova Goiânia.

A vigência de um processo instituinte de cidadania na comunidade estudada foi evidenciada em três campos principais: (a) os moradores conservam uma memória sobre o processo de ocupação do bairro, conformando uma consciência coletiva sobre as origens, os destinos e a identidade da população; (b) embora com algumas ambigüidades, há um movimento predominante de afastamento das estruturas sistêmicas, revelado na visão

crítica mas não maniqueísta que têm da administração municipal; (c) há iniciativas para construção de um ambiente solidário e fortalecedor das identidades locais, como as igrejas e o grupo de coleta e distribuição de alimentos, ou através de organizações orientadas ao associativismo crítico, como a Associação de Moradores, que contribuem mais assertivamente para a construção de um ambiente favorável ao debate e à deliberação.

3. Petrobras e comunidades: o caso e devir

Na relação com as organizações econômicas, particularmente com a Petrobras, a pesquisa identificou um processo que, embora com ambigüidades e contradições, também sinaliza para o estabelecimento de uma relação orientada para o amadurecimento da cidadania dos moradores e para a responsabilidade social da empresa.

3.1 Evidentes indiferenças praticadas

Um dos aspectos mais eloqüentes da relação da Petrobras com a comunidade do Jardim Nova Goiânia é o silêncio que as pessoas ouvidas fazem a respeito desta empresa. Conduzimos as entrevistas e mediamos os grupos focais prestando atenção se a Petrobras despontava espontaneamente nas conversas, seja quando as pessoas faziam memória de como foi o processo de ocupação do bairro ou mesmo que fosse no momento em que elas falavam dos problemas que afetam a comunidade ou quando declarassem quais as organizações que trouxeram melhorias para a comunidade.

Não aconteceu nem uma coisa, nem outra. A Petrobras e as demais empresas não apareceram espontaneamente nas conversas, nem como causa dos problemas, nem como quem traz solução. As pessoas entravam nesse assunto apenas quando fazíamos uma quebra no diálogo, pedindo que elas dissessem suas impressões a respeito da relação da comunidade com as empresas instaladas nas imediações do Jardim Nova Goiânia.

No debate, as pessoas expressaram frustração pelo fato dessas empresas não alterarem a realidade do bairro no aspecto mais pertinente a uma empresa que é a geração de emprego. O caminho sugerido passaria por uma atitude mais ativa do poder público municipal, na negociação de regras para a instalação de empresas na região, sendo cogitado criar oportunidade de qualificação e exigir prioridade para a população local na seleção da força de trabalho.

Embora a legislação seja complexa e não permita que o poder público determine quotas de contratação de mão-de-obra local, o que chama a atenção na fala das pessoas entrevistadas é a expectativa de que o poder público negocie com as empresas e seja mais ativo no enfrentamento do problema do desemprego na região. Não há contratações e tampouco investimento para mudar a o problema da baixa qualificação.

Quando perguntamos se as empresas contribuíram, de alguma maneira, para a melhoria das condições de vida da comunidade, as pessoas mais contidas geralmente faziam uma pausa para depois responder coisas como “que eu tenha lembrança, não”. Outras foram menos diplomáticas, dizendo ou que não foi feito nada ou que quem fez alguma coisa foram empresas que não estão na comunidade.

3.2 Expectativas viciadas

Nos depoimentos ouvidos percebemos indícios de cidadania, particularmente no que diz respeito à relação da comunidade com o poder público. O exercício da cidadania diante de organizações econômicas, entretanto, pareceu pouco praticado e pouco esclarecido. A relação com o poder público é tensa, mas clara. A relação com as empresas, por sua vez, é uma zona pantanosa, com poucas convicções a respeito do que se pode exigir e uma expectativa inicial muito forte de ser objeto de ações filantrópicas das empresas, como as opiniões de Maria Jatobá e João Murici que afirmaram que uma empresa socialmente responsável deveria “ajudar a fazer creche” e “oferecer cestas básicas” para a comunidade.

No desenvolvimento do grupo focal com Agentes de Saúde da Família, pedimos que as participantes comentassem a conduta de uma empresa da região que estaria emitindo um cheiro muito forte que, além de incomodar, estaria provocando dores de cabeça em moradores. As respostas dadas surpreendem pela descrição crua da prática de muitas empresas e chocam pelo que denota de passividade da população que, mesmo quando prejudicada, demonstram acolhida exagerada das, nada responsáveis, práticas compensatórias de certas empresas:

Maria Jatobá - Na realidade é tudo uma troca. A empresa não tá oferecendo emprego aqui, só vem para poluir, então eles têm que fazer alguma coisa. Igual o caso que eu falei, se eles empregassem uma pessoa da família, os outros iam agüentar o mau cheiro. [...]

Maria Angelim - É mais fácil acostumar com o mau cheiro do que tirar a firma.

“Mais fácil”, nesse contexto, não que dizer que não haja dificuldade e sim que é mais provável que os moradores continuem prejudicados do que logrem mudar a conduta de empresas, mesmo quando elas cometem crimes contra o meio ambiente e a saúde pública. O porte da empresa, o fato de não ser do lugar e todo o aparato que as acobertam gera perplexidade: “Como é que vai fazer?”. E as respostas a essa pergunta seguem o viés pragmático, que implica para os moradores tirar o maior partido possível da situação.

Arma-se, então, a arapuca da acolhida das práticas compensatórias e assistencialistas, o que aconteceu, inclusive, durante essa pesquisa: parte das pessoas ouvidas tinha conhecimento de que o pesquisador presta serviços à unidade da Petrobras próxima da comunidade. Esse conhecimento, em alguns momentos, gerou atitudes bastante autônomas como, por exemplo, quando Maria Ipê dirigiu ao pesquisador o questionamento de como o problema da contratação de mão-de-obra se configura na Transpetro: “Onde você trabalha: tem muita gente de Senador Canedo?” (MARIA IPÊ).

Essa liberdade cidadã de, inclusive, gerar constrangimento nos momentos adequados foi uma atitude rara na pesquisa. Mais freqüentes foram as respostas socialmente aceitáveis, aparentemente endereçadas a agradar o pesquisador ou a empresa a que ele está vinculado, como o diálogo com Agentes de Saúde da Família que, entre risos, afirmaram ao final da atividade: “Ainda bem que a gente falou bem da Transpetro”.

A explicação de que ali exercíamos o papel de pesquisador também precisou ser feita no grupo focal com participantes da Associação de Moradores, quando Maria Ipê manifestou expectativas de que aquela conversa resultaria em algum benefício para a comunidade. Maria Mangaba, porém, ainda foi mais longe e terminou a entrevista relatando uma história pouco consistente de doação que a Petrobras teria oferecido e aproveitando a oportunidade para fazer novo pedido.

A apresentação do diálogo travado com Maria Mangaba e demais pessoas citadas, nessa seção, revelam fragilidade da comunidade quanto ao exercício da cidadania na relação com as estruturas sistêmicas do campo econômico. Não percebemos nas falas das pessoas ouvidas evidências da existência de esferas públicas compartilhada pela comunidade do Jardim Nova Goiânia e pela Petrobras, onde acontecessem negociações, exposição de conflitos e construção de acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva (DUARTE, 2003, p. 9).

Não há indícios tampouco de que as pessoas ouvidas se sentem parte interessada da Petrobras, no sentido de se colocarem no lugar de quem tem direito de pedir explicações e exigir condutas adequadas de uma organização que interfere no cotidiano da comunidade. Há indicativos de que uma nova prática comunicativa distingue a Petrobras das demais empresas, no que diz respeito à forma de relacionar-se com a comunidade.

3.3 Sinais de outras relações possíveis

Ao longo da pesquisa, embora as pessoas reconhecessem não ter clareza sobre o que pode ser exigido de uma empresa, diversas falas foram feitas, compondo o que poderíamos chamar de mandamentos da empresa social e ambientalmente responsável, no campo dos relacionamentos: (1) Não prejudicar a comunidade; (2) Não causar danos ambientais; (3) Conhecer a comunidade; (4) Estabelecer parceria com os moradores; e (5) Cumprir papel social, observar a lei e buscar a justiça. A intuição das pessoas ouvidas, a nosso ver, são coerentes com a perspectiva da politização de todas as relações e do exercício da cidadania em todos os ambientes e relações. As falas também são coerentes com as teorias da responsabilidade social e ambiental de empresas e revelam desejo participar de um espaço plural de debate e deliberação, sendo sujeitos da definição de regras para a vida comum.

Para finalizar a discussão do tema, indagamos se as pessoas percebem a Petrobras como uma empresa que cumpre o que elas entendem como sendo responsabilidade social e ambiental. A associação imediata que elas fazem da Petrobras, porém, diz respeito à contribuição que a empresa dá ao município, através da arrecadação de impostos

Há outros diferenciais na prática da Petrobras, também reconhecidos por algumas das pessoas entrevistadas, alinhados ao conceito de responsabilidade social de empresas. Consideramos que esses não são apenas depoimentos socialmente aceitáveis, isto é, interessados em agradar o pesquisador, devido ao fato de terem sido acompanhados de evidências bastante consistentes. O primeiro destaque diz respeito à forma como a Petrobras, através da Transpetro, cuida das suas instalações, de forma a manter o controle sobre os riscos que seus equipamentos oferecem, sendo destacado que a empresa sempre está cuidando da área, deixando-a limpa e sinalizada: “Num é aquele trabalho esquecido. Colocou e pronto, deixa ai. Pé de árvore cresce em cima, vira aquele tamanho. Não. Então o povo num preocupa muito com isso” (JOÃO BARU).

Um segundo aspecto que os entrevistados enfatizam, como diferencial da Petrobras e que se relaciona com o propósito manifesto da empresa participar do desenvolvimento sustentável das comunidades vizinhas às suas instalações, diz respeito à construção de uma ciclovia na comunidade. Essa obra atende, ao mesmo tempo, uma necessidade da empresa, de caracterizar a área onde os dutos estão lançados, utilizando para isso uma solução interessante de urbanização, bastante apreciada pelos moradores ouvidos.

O que um maior número de pessoas destaca como diferencial da Petrobras é o fato da empresa tomar iniciativa para manter a população informada sobre como funciona o oleoduto e qual a maneira correta de conviver com esse equipamento, assumindo condutas que evitem acidentes. Nas falas, as pessoas entrevistadas demonstram sentirem-se prestigiadas por serem procuradas pela empresa.

De fato, esses relatos apontam uma conduta diferenciada no trato de uma empresa com uma comunidade. Que outras empresas conhecidas, que lidem ou não com produtos perigosos, têm um programa regular de comunicação com as populações impactadas pelas suas atividades? Nessa prática, evidentemente, ainda há limites. Observando a fala dos moradores, a iniciativa é da empresa e o foco da aproximação também é o interesse da empresa. Em nenhum momento foi relatada experiência de participação da Petrobras em fóruns de discussão sobre os problemas da comunidade, na perspectiva do desenvolvimento sustentável de que falam os documentos da própria companhia.

O mais positivo desse relacionamento, talvez, seja o fato da Petrobras não repetir no Jardim Nova Goiânia as práticas assistencialistas comuns à maioria das empresas e, de certa forma, reconhecer o direito que a comunidade tem de ser informada.

4. Considerações finais

A experiência proporcionada por esta pesquisa reafirma duas convicções básicas: as comunidades populares são protagonistas de processos de instituição da cidadania e a conduta socialmente responsável das empresas pode representar uma contribuição neste caminho. É verdade que tanto a cidadania das comunidades como a responsabilidade social das empresas, a considerar o que tivemos acesso do relacionamento da Petrobras com a população do Jardim Nova Goiânia, não são mais que brotos, considerando tudo o que podem ser e representar tanto para a empresa quanto para a comunidade.

As fragilidades dos moradores quanto à postura cidadã no trato com as organizações econômicas revelam-se no desconhecimento de que essa também é uma relação pautada por direitos e que deve ser conduzida pelo viés da moralidade pública, bem como expectativa e abertura para acolher atos compensatórios ou assistencialistas praticados por empresas sócio e ambientalmente irresponsáveis. As fragilidades das organizações econômicas, por sua vez, mesmo as publicamente reconhecidas como exemplo de responsabilidade social como a Petrobras, revelam-se sobretudo na inconsistência entre os discursos de autopromoção, ancorados em certificações e prêmios oferecidos por “empresas” desse novo ramo de negócio em que se converteu a responsabilidade social, e que não encontram reconhecimento junto à população, exatamente por que não há evidências de participação efetiva no processo de conquista do desenvolvimento sustentável das comunidades.

Por outro lado, muitos sinais afirmam que o caminho está sendo feito, tanto pela população quanto pela empresa. Além dos aspectos destacados no corpo deste artigo, enfatizaríamos o valor conferido, pelas pessoas ouvidas, à prática da Petrobras de dialogar com a população quanto à natureza das suas instalações e sobre a forma de conviver com equipamentos de risco, como um oleoduto que atravessa perímetros urbanos.

Comunicação é substantivo relacional e o par dialógico da empresa socialmente responsável é a comunidade de pessoas cidadãs. A parceria empresa/ comunidade pode, em raros momentos, ser harmônica, mas por regra constitui um par de duelantes, cujos embates são tanto mais produtivos quanto capazes de freqüentar com destreza, criatividade e determinação as arenas de debate das coisas públicas.

Tudo o que foi refletido, visto e experimentado nos diz que a cidadania nasce da participação em um ambiente livre, genuíno e plural, onde se exercita a comunicação orientada ao entendimento e à construção de condições para a vida boa, bela e justa para todas as pessoas. O estudo dos autores citados e a interação com moradores do Jardim Nova Goiânia, proporcionados por essa investigação, nos faz entender cidadania como substância da condição humana e valor que não se pode subtrair, mas pode-se alargar indefinidamente, através de interações comunicativas orientadas ao entendimento, de práticas solidárias e de lutas travadas nas esferas públicas e na intimidade, que expressem sentimento de pertença a uma coletividade e que defendam a liberdade e a igualdade das pessoas, como sujeitos de construção das regras do bom viver no mundo, enquanto *oikos* ou casa comum.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARATO, Andrew. **Representação, soberania popular e accountability**. Tradução de Heloísa Buarque de Almeida. s.l.: Lua Nova nº 55-56, 2002.
- BRAGA, José Luiz. Constituição do Campo da Comunicação. In: FAUSTO NETO, Antônio; PRADO, José Luiz Aida & PORTO, Sérgio Dayrel (Orgs.). **Campo da Comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas**. João Pessoa: Editora Universitária, 2001, p. 11-39.
- BRITO, Walderes. **Quem chancela a responsabilidade dos socialmente responsáveis?** A ética nos negócios como tema de interesse público. Revista Conexão: Comunicação e Cultura, v. 7, nº13, p. 113-126. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2008.
- _____ & GARBELINI, Maria de Fátima. **O bom nem sempre é o justo: Responsabilidade Social para além dos domínios das empresas**. Revista Organicom. São Paulo: USP. No prelo.
- BUENO, Wilson da Costa. Comunicação, iniciativa privada e interesse público. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007, p.135-151.
- CARVALHO, José Murilo. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 10ª. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo focal. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 180-192.
- CUNILL GRAU, Nuria. **Repensando o público através da sociedade: novas formas de gestão pública e representação social**. Rio de Janeiro: Revan; Brasília, DF: ENAP, 1998.
- CRUZ NETO, O.; MOREIRA, M.R.; & SUCENA, L.F.M.. **Grupos Focais e Pesquisa Social Qualitativa: o debate orientado como técnica de investigação**. Disponível em: <http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/pdf/2002/Com_JUV_PO27_Neto_texto.pdf>. Acesso em: 23/11/2008.
- DUARTE, Jorge. Comunicação Pública. In: MARTINS, Luiz (Org.). **Algumas abordagens em Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003, p. 7-19.
- _____ Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge & BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008, p. 62-83.
- GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W. & GASKELL, George (editores). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. p. 64-89.
- GOMES, Adriano & MORETTI, Sérgio. **A responsabilidade e o social: uma discussão sobre o papel das empresas**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- INSTITUTO ETHOS. Disponível em: <www.ethos.org.br>.
- LAFER, Celso. **A reconstrução dos direitos humanos: um diálogo com o pensamento de Hannah Arendt**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- ROCHA, Maria Custódia Jorge da. **Educação, gênero e poder: uma abordagem política, educativa e organizacional**. 2005. 521f. Tese de Doutorado em Educação. Área do Conhecimento: Organização e Administração Escolar. Braga, Portugal: Universidade do Minho, 2005. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4683>>. Acesso em 17/12/2008.
- _____ Relações de Gênero, Relações de Poder: De uma Cidadania Instituída e Excludente a uma Cidadania Comunicativa e Instituinte. In: MARTINS, Moisés de Lemos & PINTO, Manuel (Orgs.). **Comunicação e Cidadania: Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação**. Braga: Centro de estudos de Comunicação e Sociedade, 2008, p.1720-1728. Disponível em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/article/viewFile/157/153>>. Acesso em 13/12/2008.
- ZÉMOR, Pierre. A comunicação pública. In: MARTINS, Luiz (Org.). **Algumas abordagens em Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2003, p. 76-103.