

Universidade Federal do ABC
Bacharelado em Relações Internacionais

Natália Silva Passarinho

**AS MULTINACIONAIS NA PROMOÇÃO DOS DIREITOS
HUMANOS**

O Projeto P&G *Sachet*

São Bernardo do Campo

2016

NATÁLIA SILVA PASSARINHO

**AS MULTINACIONAIS NA PROMOÇÃO DOS DIREITOS
HUMANOS**

O Projeto P&G *Sachet*

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência da obtenção do título do Bacharelado em Relações Internacionais, sob orientação do Prof. Dr. Gilberto Marcos Antonio Rodrigues.

São Bernardo do Campo

2016

À colega Carolina Carinhato Sampaio que, com toda
certeza, onde quer que esteja, está orgulhosa dos
primeiros Bacharéis em Relações Internacionais da
UFABC, curso que com tanto carinho ajudou a
construir.

AGRADECIMENTOS

Ao longo de 5 anos de graduação na Universidade Federal do ABC, foram inúmeras as pessoas que de alguma forma contribuíram para que minha formação acadêmica e como pessoa fosse concretizada e a mais satisfatória possível. Cabe aqui destacar, em forma de homenagem, aqueles que possuíram papel de destaque nesta jornada.

Aos meus pais que, com o orgulho transparecido em ver uma filha concluir uma graduação de excelência, forneceram apoio incondicional desde as caronas nas madrugadas para o ponto do ônibus, até os lanches preparados para a alimentação do dia-a-dia. A minha irmã que compreendeu cada momento de silêncio para os estudos e sempre foi uma grande companheira.

Àquele que eu escolhi para estar ao meu lado em todos os momentos, desde o desafio do vestibular, a vibração da aprovação, os finais de semana de leituras e as ausências noturnas em razão das aulas, e hoje tenho a honra de dividir uma vida: meu esposo.

Ao excelente corpo docente da UFABC que, além da formação acadêmica, me proporcionou construir-me um ser humano melhor, com consciência humana e política. Em especial, ao meu orientador prof. Dr. Gilberto Rodrigues que construiu em mim o interesse sobre os Direitos Humanos e Organizações Internacionais, sempre solícito às ajudas necessárias e diretrizes a serem tomadas.

Agradeço também ao time da P&G Brasil envolvido no projeto, em especial à Juliana Gattaz, pela disponibilidade em colaborar com este estudo.

RESUMO

A globalização e a ampliação das políticas neoliberais expandiram o poder e o alcance das empresas multinacionais. Por outro lado, violações dos direitos humanos e falta de acesso a direitos básicos ainda são temas que requerem grande atenção e empenho na busca pela melhoria deste panorama. O setor privado vem sendo pressionado, quer por recomendações internacionais, quer por leis coercitivas domésticas, quer pela opinião pública, a somar-se a esse esforço, em que o tema da responsabilidade sócio-ambiental ganha importância. Neste sentido, a P&G promove desde 2004 o projeto “Água Pura para Crianças”, o qual o presente trabalho pretende utilizar como fonte de análise para compreender como se dá a atuação de uma empresa multinacional na promoção dos direitos humanos. A pesquisa é baseada em uma revisão de literatura; em análise de iniciativas no âmbito do Sistema ONU, como o Pacto Global; em pesquisa sobre atuação de responsabilidade social das empresas e levantamento de dados e relatórios do projeto P&G *Sachet*.

Palavras-chave: Multinacionais; Direitos Humanos; Pacto Global; P&G *Sachet*; Água Pura para Crianças; Responsabilidade Social.

ABSTRACT

The globalization and the growth of neoliberal policies have expanded the power and wideness of multinational companies. On the other hand, human rights violations and the lack of access to basic rights are still issues that require attention and commitment for the improvement of this scenario. The private sector has been under pressure due to international recommendations as well as for domestic law enforcement and the public opinion, to join this effort, in which social and environmental responsibility becomes important. In this way, since 2004 P&G promotes the project “Safe Drinking Water for Children”, which this paper intends to research as a case of analysis to understand how the performance of a multinational company in promoting human rights is. The research is based on a literature review; analysis of initiatives within the UN system, such as the Global Compact; research on social responsibility performance of companies and survey data and project reports of P&G *Sachet*.

Keywords: Multinationals; Human Rights; Global Compact; P&G *Sachet*; Safe Drinking Water for Children; Social Responsibility.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	2
1.1 REVISÃO TEÓRICA E CONCEITOS PRÉVIOS.....	3
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA E JUSTIFICATIVA.....	7
1.3 OBJETIVO GERAL DA PESQUISA	10
1.3.1 <i>Objetivo Específico</i>	10
1.4 HIPÓTESE PRINCIPAL.....	11
1.4.1 <i>Hipóteses Secundárias</i>	11
1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	12
2. O TEMA COMO ANÁLISE DOS CASOS DE VIOLAÇÃO.....	13
2.1 CASOS EMBLEMÁTICOS	13
2.1.1 <i>NIKE</i>	13
2.1.2 <i>BOPHAL</i>	14
2.1.3 <i>SHELL NA NIGÉRIA</i>	14
2.1.4 <i>YAHOO! NA CHINA</i>	15
3. INICIATIVAS AUTÔNOMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	17
3.1 A QUESTÃO DO BALANÇO SOCIAL	17
3.2 ALGUNS EXEMPLOS DE INICIATIVAS AUTÔNOMAS	19
3.2.1 <i>Natura</i>	20
3.2.2 <i>Suzano Papel e Celulose</i>	20
3.2.3 <i>Itaú Unibanco</i>	21
3.2.4 <i>BRF</i>	21
4. A NORMATIZAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL	23
5. O PROJETO P&G SACHET.....	26
5.1 O PROBLEMA DA FALTA DE ÁGUA POTÁVEL NO BRASIL	26
5.2 O PRODUTO-ALVO DO PROJETO.....	26
5.3 MODO DE USAR	27
5.4 REGIÃO DE ATUAÇÃO.....	27
5.5 COMPROMISSO SOCIAL.....	27
5.6 IMPLEMENTAÇÃO	28
5.7 PRÊMIOS OBTIDOS	28
6. CONCLUSÕES.....	32
7. REFERÊNCIAS	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Pacto Global Rede Brasileira: Perfil Dos Signatários	06
Figura 2 – Violação dos Direitos Humanos: Regiões	16
Figura 3 – Nestlé: Criação de Valor Compartilhado	21
Figura 4 – P&G Sachet	28
Figura 5 – Explicando a utilização do P&G Sachet	29

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Definições das atividades desenvolvidas pelas empresas	03
Quadro 2 – Prêmios P&G Sachet	30

1. INTRODUÇÃO

As empresas multinacionais estão ganhando cada vez mais espaço no âmbito político, indo além da importância econômica e financeira. Desta maneira, o envolvimento com problemas e questões de outras áreas das Relações Internacionais é cada vez mais exigido e observado. Além disso, organizações intergovernamentais, bem como a sociedade civil e organizações não governamentais exercem pressão cada vez mais forte para que estas empresas atuem com uma postura de responsabilidade social e ambiental, sejam envolvidas em questões sociais, culturais e ambientais.

Ao tratar de Responsabilidade Social, é necessário trazer ao debate a questão dos direitos humanos, que ainda são alvo de extensa violação e afronta por todo o mundo. As companhias multinacionais possuem vasto conhecimento técnico e recursos humanos e financeiros que ultrapassam as capacidades de organizações intergovernamentais, carentes de suficiente corpo técnico e com financiamento limitado, e dos próprios Estados Nacionais, que estão presos aos seus limites territoriais.

Assim, a atuação destas grandes empresas no campo dos direitos humanos é necessária e estimulada, contudo, cabe analisar como se dá esta participação, uma vez que os instrumentos de organizações internacionais voltados para as empresas não possuem caráter de vinculação ou de adesão obrigatória. Por outro lado, o interesse das empresas em combater a violação dos direitos humanos também deve ser considerado, uma vez que as pessoas que sofrem essas violações são potenciais compradores de suas mercadorias e a adoção de uma postura sustentável é vantajosa para a reputação e opinião popular sobre a empresa.

A P&G, maior empresa de bens de consumo do mundo, é uma das empresas que adotam uma postura socialmente responsável, com destaque para seu projeto “Água Pura para Crianças”, que distribui um produto em forma de *sachet*, capaz de purificar a água, em comunidades sem acesso à água potável, prevenindo doenças transmitidas pela água contaminada e melhorando a qualidade de vida das crianças destes grupos sociais.

Esta pesquisa tem como objetivo, por meio de uma revisão de literatura e da análise das iniciativas no âmbito da ONU para envolver e estimular projetos em prol dos direitos humanos por parte destas empresas, elaborar um panorama sobre a atuação das empresas multinacionais na promoção dos direitos humanos. Mais especificamente, o estudo do projeto P&G *Sachet* será utilizado como referência para este debate, através do levantamento de dados que apresentem as bases e resultados da empresa nesta área.

Ressalta-se que o presente trabalho não busca entender a promoção de responsabilidade social como parte de uma estratégia de marketing, ainda que seja sabido que é uma prática constante e que a publicidade do tema é parte das estratégias das empresas que buscam medidas alinhadas aos Direitos Humanos. Também não faz parte desta pesquisa a compreensão de medidas locais de incentivo à responsabilidade social, como isenções fiscais, uma vez que o objetivo é compreender a atuação em nível global.

1.1 Revisão Teórica e Conceitos prévios

A relação entre o setor privado e os direitos humanos nem sempre foi bem estabelecida. Ao longo dos anos, sofreu adaptações de acordo com a percepção da sociedade sobre responsabilidade social e a pressão da sociedade civil.

Primeiramente, é preciso classificar e diferenciar vários tipos de atuação empresarial no campo da responsabilidade social. Karkotli e Aragão (2010) definem essas atividades desenvolvidas pelas empresas conforme quadro abaixo:

<p>Filantropia: Tem como base os princípios da caridade e da custódia e amor à humanidade.</p>
<p>Ação social: É ação de curto prazo com objetivo de satisfazer as necessidades em prol da sociedade ou de uma comunidade específica.</p>
<p>Responsabilidade social corporativa: É o comportamento ético e responsável na busca de Qualidade nas relações que a organização estabelece com todos os seus <i>stakeholders</i>, associado direta e indiretamente ao negócio da empresa, incorporado à orientação estratégia da empresa, e refletido em deságios éticos para as dimensões econômicas, ambiental e social.</p>
<p>Marketing social: Significa entender e atender a sociedade, proporcionando a satisfação e o bem-estar da mesma dentro de um comportamento ético e social responsável, visando as transformações sociais.</p>
<p>Marketing ideológico/institucional: É utilizado para indicar e associar as iniciativas pelas quais uma empresa procura manter, fortalecer e solidificar a imagem e a identidade da marca perante ao seu público-alvo.</p>

Quadro 1: Definições das atividades desenvolvidas pelas empresas.

Nota Fonte: KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. (2010) Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. (p. 48).

A sociedade modificou a maneira como entende a responsabilidade social ao longo dos processos históricos nos quais o setor privado possui grande participação. Segundo Karkotli e

Aragão (2010), desde a crise de 1929, o público demonstrou crescente interesse nas práticas das empresas e, atualmente, o consenso é de que os proprietários e dirigentes empresariais “têm responsabilidades tanto para com a sociedade quanto para com seus empregados”. A responsabilidade social vigente era baseada nos princípios da caridade e da custódia. O primeiro deles girava em torno do fato de que aqueles que possuem maior poder aquisitivo deveriam ajudar aqueles em posições de desvantagem, como desempregados, inválidos, doentes e velhos. Em relação ao princípio de custódia, “as empresas e os ricos eram vistos como zeladores da riqueza da sociedade”.

Durante a década de 1950 e 1960, inicia-se um debate sobre o significado da expressão responsabilidade social da empresa, uma vez que os princípios da caridade e da custódia começam a ser questionados. Ainda na década de 1960, a Guerra do Vietnã provocou intensa insatisfação popular nos EUA, o que possibilitou novos debates sobre o tema. As empresas norte-americanas que produziam os armamentos utilizados na Guerra, passaram a receber manifestações negativas.

Karkotli e Aragão (2010) definem que, a partir deste momento, as empresas passam a ser entendidas como “instrumentos pelos quais a sociedade pode promover seus objetivos.” Assim, as empresas não teriam mais o direito de produzir e vender o que bem entendem. Em contrapartida, retomam a força os defensores do livre mercado, com base na crítica de que a prática de responsabilidade social reduz a eficiência de mercado.

O aumento do custo da energia e a pressão imposta pelas legislações em relação à poluição, proteção do consumidor e igualdade social, trazem para as décadas de 1970 e 1980 uma nova discussão em relação à responsabilidade social das empresas. Os efeitos deste novo cenário fizeram com que as empresas passassem a retomar a ideia de que seu objetivo principal seria o de gerar lucro, afastando-se das responsabilidades sociais. Os que passam a adotar esta visão são chamados de fundamentalistas, uma vez que “para estes as atividades que não visem ao lucro dos acionistas constituem desvirtuamento da finalidade da empresa e grave erro de seus administradores” (DUARTE e DIAS, 1986, apud KARKOTLI e ARAGÃO 2010, p. 51).

Observa-se também uma crescente consciência do impacto das atividades econômicas na sociedade, afinal, compete às empresas grande parte da geração de empregos, poluição ambiental, etc, o que faz com que os atos empresariais tenham fortes consequências sociais.

Além desta posição de destaque das empresas em um mundo capitalista, a sociedade passou a ser cada vez mais engajada em defesa dos direitos humanos e ambientais e na responsabilização das empresas, fazendo com que, como relatam Karkotli e Aragão (2010),

administrar sem observar as necessidades sociais possa significar risco para a própria sobrevivência da empresa.

Atualmente, a concepção moderna de administração compreende “a comunidade como um ecossistema e a empresa como um componente do mesmo” (KARKOTLI e ARAGÃO 2010, p. 56). Avalia-se que, ainda que haja uma diminuição de lucros ao administrar com responsabilidade social, existem ganhos no longo prazo.

A sociedade hoje tem preocupações ecológicas, de segurança, de proteção e defesa do consumidor, de defesa de grupos minoritários, de qualidade de produtos etc., que não existiam de forma tão explícita nas últimas décadas. Isso tem pressionado as organizações a incorporar esses valores em seus procedimentos administrativos e operacionais. (MAIMON 1996, apud KARKOTLI e ARAGÃO 2010).

A partir da percepção de que seria necessário elaborar um ordenamento comum para essas práticas, a Organização das Nações Unidas lançou em 2011, coordenada por John Gerard Ruggie, professor da área de Direitos Humanos e Relações Internacionais na Kennedy School of Government da Universidade de Harvard, que atuou por seis anos (2005-2011) como representante especial da ONU, um conjunto chamado “Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos”. Tal documento é guiado por uma tríade de responsabilidade: “Proteger, Respeitar e Remediar”. Segundo Ruggie (2014), os pilares podem ser entendidos como:

O dever do Estado de proteger contra abusos cometidos contra os direitos humanos por terceiros, incluindo empresas, por meio de políticas, regulamentação e julgamento apropriados. A responsabilidade independente das empresas de respeitar os direitos humanos, o que significa realizar processos de auditoria (*due diligence*) para evitar a violação dos direitos de outros e abordar os impactos negativos com os quais as empresas estão envolvidas. A necessidade de maior acesso das vítimas à reparação efetiva, por meio de ações judiciais e extrajudiciais. (RUGGIE 2014, p. 23)

Em resumo, entende-se que “os Estados devem proteger; as companhias devem respeitar; e aqueles que foram prejudicados devem ser indenizados”. (RUGGIE 2014, p. 23). Ruggie define que o Quadro Referencial “Proteger, Respeitar e Remediar” “aborda o que deve ser feito”, e os Princípios Orientadores “tratam de como fazer”.

Ainda assim, Ruggie (2014) afirma que a “ideia de que empresas poderiam ter responsabilidades relativas aos direitos humanos [...] é nova e ainda não é aceita universalmente.”. A agenda internacional passa a incorporar a relação empresa e direitos humanos a partir da década de 1990, principalmente devido aos efeitos da liberalização do comércio, da desregulamentação interna e das privatizações. Entre 1991 e 2001, 94% de todas as mudanças de regulamentações nacionais sobre investimento estrangeiro direto tinham como

objetivo facilitá-lo, contudo, as normas de proteção às pessoas e ao meio ambiente, não avançaram no mesmo ritmo.

Foi observado um movimento reativo contra as multinacionais, que buscavam vantagens em países menos regulados em relação às práticas sociais e ambientais, e, normalmente, aqueles países mais pobres. Grupos ativistas e comunidades afetadas passaram a se defender e tornar os direitos humanos um tema em pauta. A resposta por parte das grandes corporações foi a adoção de “políticas e práticas que prometiam obedecer a uma conduta empresarial responsável – o que ficou conhecido como Responsabilidade Social Corporativa, ou RSC.” (RUGGIE 2014, p. 29).

Ruggie descreve que “um crescente número de governos, incluindo os mercados emergentes, adotou políticas nacionais para a promoção de práticas voluntárias de RSC, como a emissão de relatórios nos quais as empresas descrevem suas práticas sociais e ambientais”. No âmbito das Nações Unidas, a grande iniciativa de RSC foi lançada em 2000 e ficou conhecida como Pacto Global, contando hoje com mais de 8 mil empresas participantes de mais de 50 países. O Pacto Global foi desenhado para ser um “fórum de aprendizagem para a promoção de práticas socialmente responsáveis nas áreas dos direitos humanos” (RUGGIE 2014, p. 30), o que envolve desde questões sobre a padronização de locais de trabalho, questões ambientais, práticas anticorrupção e incentivo à novas práticas de RSC.

No Brasil, cerca de 700 empresas são signatárias, e quando somadas à organizações e instituições, o quando sobe para mais de 1000 integrantes.

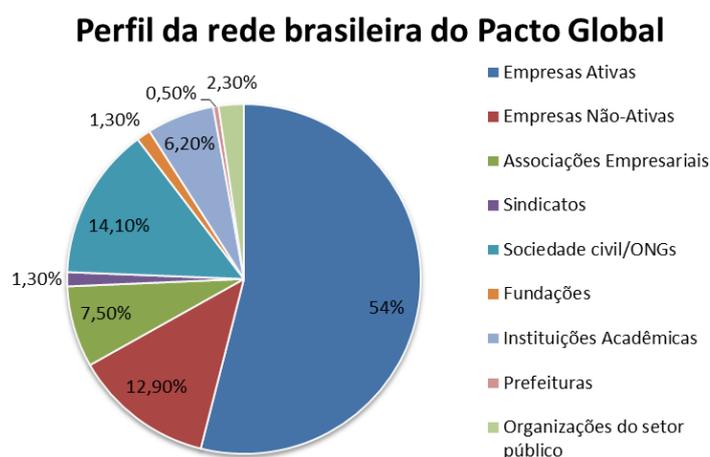


Figura 1 – Pacto Global Rede Brasileira: Perfil dos Signatários / Fonte: <http://www.pactoglobal.org.br/artigo/65/Perfil-dos-Signatarios>, 2016

Segundo Ruggie (2014), as iniciativas de RSC se desenvolveram principalmente nas áreas social e ambiental, e menos nas questões de direitos humanos. Além das normas internacionais estabelecidas no âmbito do sistema ONU, existe uma série de regimentos

nacionais ou de blocos que vigoram ao redor do mundo. Outra questão está relacionada a ratificação destas normas e pactos, que por vezes é feita de forma parcial por cada país. Assim, “existem diferenças nas quais normas internacionais de direitos humanos se aplicam a distintos países, e as multinacionais poderão estar sujeitas a normas diferentes e às vezes contraditórias em seus países de atuação”.

Assim, como desmonstrado neste capítulo, o movimento em torno de Responsabilidade Social Corporativa vêm ganhando força nas últimas décadas, principalmente devido à mudança da percepção social da relação e impacto das atividades empresariais sobre a vida das pessoas. Este processo vem sendo acompanhado, ainda que de maneira lenta, pelas organizações internacionais, em especial a ONU, que busca compreender e regular este movimento.

1.2 Problema de Pesquisa e Justificativa

A teoria Neoliberal das Relações Internacionais apresenta uma perspectiva em que os atores internacionais são ampliados além dos Estados, e incluem as empresas transnacionais, as organizações não governamentais, sindicatos, etc que geram um processo de interdependência complexa em relação a uma vasta diversidade de temas e agendas. Este conceito é definido por Keohane e Nye (1989) e um dos pontos compreendidos nesta teoria é o da existência de múltiplos canais de comunicação e negociação que conectam as sociedades.

Diversas instâncias, como a Organização Mundial do Comércio (OMC), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e, até mesmo, a União Europeia (UE) ou o Greenpeace, passaram a dividir espaço com os Estados e a representar uma realidade na qual nem todas as questões estão subordinadas à segurança militar. (JUNQUEIRA e CAMARGO, 2013, p.22)

Dentre os atores que passam a interferir de maneira mais significativamente nas relações internacionais, figuram as empresas multinacionais, que ganham mais espaço após a 2ª Guerra Mundial. As grandes corporações estão cada vez mais espalhadas pelo mundo, consequência do processo de liberalização econômica que se sucedeu nas últimas décadas. Sua importância e poder econômico e político fazem com que os temas que seriam a princípio de escopo apenas estatal comecem a ganhar espaço nestas empresas. Surge então uma demanda crescente para que uma empresa vá além da obrigação de produzir lucros ou mercadorias, mas também de contribuir de alguma maneira para a “[...] solução de problemas políticos, sociais, éticos e ambientais [...]” (DUARTE, *apud* KARKOTLI e ARAGÃO, 2010, p.53). Assim, podemos destacar os Direitos Humanos que são incorporados neste contexto e podem ser entendidos em

vários aspectos e campos de atuação. Segundo Karkotli e Aragão (2010, p.52) “[...] a responsabilidade social se refere à noção de que empresas ou organizações têm uma obrigação com outros grupos constituídos na sociedade, além de acionistas.”

Além de uma pressão social, há um movimento pela incorporação da responsabilidade social das empresas na legislação dos países e em normas empresariais e organizacionais. Exemplo deste processo é a Norma Internacional ISO 26000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social, lançada em 1º de novembro de 2010, em Genebra, na Suíça, que trata do desejo e propósito das organizações em incorporarem considerações sociambientais em seus negócios, de modo a responsabilizar-se pelos impactos de suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente. Essa postura envolve um comportamento ético e transparente e que a responsabilidade social esteja integrada em toda a organização.

Este movimento de incentivo à adoção de práticas de responsabilidade social por parte de empresas também está presente na Organização das Nações Unidas. A grande iniciativa neste tema é o Pacto Global, que consiste em um conjunto de diretrizes que buscam encorajar empresas a adotar esse tipo de postura a partir do diálogo entre empresas, a ONU, sindicatos, organizações não-governamentais e demais atores. O Pacto consiste em dez princípios que tratam de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e corrupção e baseiam-se na Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948), Declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre Princípios e Direitos Fundamentais no Trabalho (1998), Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (1992) e Convenção das Nações Unidas Contra a Corrupção (2005):

Direitos Humanos

1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
2. Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.

Trabalho

3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
4. A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
5. A abolição efetiva do trabalho infantil; e
6. Eliminar a discriminação no emprego.

Meio Ambiente

7. As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;
- e
9. Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

Contra a Corrupção

10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

(Os dez Princípios do Pacto Global, ONU, 2000)

Os dois primeiros princípios destacam em especial o papel das empresas em relação aos Direitos Humanos, o que envolve o apoio aos Direitos Humanos reconhecidos internacionalmente, além de protegê-los e assegurar que não serão violados.

Neste contexto, figura com destaque o programa “Água pura para Crianças”, da P&G. O projeto consiste na distribuição gratuita de um produto desenvolvido por cientistas da P&G, no Reino Unido, em parceria com o Centro de Controle de Doenças dos Estados Unidos em 2004, chamado de P&G *Sachet* que é capaz de transformar água contaminada em água potável, livre de resíduos sólidos e impurezas. Segundo a ChildFund Brasil e a P&G, a falta de água potável afeta mais de um bilhão de pessoas no mundo e o projeto já entregou mais de 7,8 bilhões de litros de água purificada em mais de 75 países.

É importante ressaltar que a ONU estabeleceu em 2000, com o apoio de 191 nações, metas para o milênio que ficaram conhecidas como “Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)”. São eles:

1. Acabar com a fome e a miséria
2. Oferecer educação básica de qualidade para todos
3. Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres
4. Reduzir a mortalidade infantil
5. Melhorar a saúde das gestantes
6. Combater a Aids, a malária e outras doenças
7. Garantir qualidade de vida e respeito ao meio ambiente
8. Estabelecer parcerias para o desenvolvimento
(ODM Brasil)

O projeto da P&G está alinhado com essas metas no que diz respeito aos itens 4, 5, 6 e 7, pois o acesso à água colabora para que estes objetivos sejam alcançados.

Com a ampliação deste campo de atuação nas grandes corporações, faz-se necessário avaliar sua importância, como se dão as parcerias entre essas empresas, organizações não-governamentais, organizações inter-estatais e sociedade. Também deve-se considerar os objetivos principais e secundários destas ações, que passam pela construção da imagem da empresa para os consumidores, benefícios tributários, incentivos fiscais e relacionamento com o Estado. O alcance destas organizações ultrapassa as fronteiras dos países e também recebe dimensões de caráter moral e ideológico, já que possuem influência direta no dia a dia das pessoas.

Rosa Maria Fischer, em seu artigo “Novas Dimensões da Responsabilidade Social: a Responsabilidade pelo Desenvolvimento” (2006), ressalta que não é de interesse para uma empresa que a sociedade sofra violação de direitos humanos, já que muitas vezes isso implica

na perda de consumidores, pois os coloca à margem da sociedade. Fischer também pontua que existe um debate sobre a efetividade e alcance destas ações lideradas por empresas, uma vez que elas não intervêm em causas sistêmicas que geram a exclusão e pobreza, a ausência de compromisso político e estrutura para oferecer o atendimento necessário, o fato de não favorecerem para o aperfeiçoamento das políticas públicas que seriam os principais responsáveis por atuar nestas áreas, e a predominância da racionalidade de mercado nas iniciativas empresariais no lugar da solidariedade.

Assim sendo, o problema de pesquisa é entender como as empresas multinacionais se comportam em relação à promoção dos Direitos Humanos, em especial, o projeto P&G Sachet. Esta abordagem se justifica devido a crescente importância das multinacionais no mundo globalizado e a interferência que promovem na vida em sociedade, em especial, o tamanho e força da P&G que, segundo relatório da Deloitte em 2014, é a maior empresa de bens de consumo do mundo, com uma venda líquida de US\$ 84.167,00 (dados de 2012). Cabe também ressaltar que a autora escolheu este projeto e empresa em específico devido ao contato obtido através da realização de estágio e posterior vínculo empregatício com a P&G, o que permitiu a aproximação da mesma com o projeto e o despertar de interesse em conhecê-lo mais profundamente.

1.3 Objetivo Geral da Pesquisa

Esta pesquisa tem como objetivo tratar sobre a atuação das multinacionais na promoção dos direitos humanos, bem como a relação destas empresas e demais atores do cenário político e econômico internacional. Através deste panorama, busca-se identificar os interesses das corporações ao atuar no campo dos direitos humanos, as maneiras como os projetos ocorrem e o seu poder de alcance e efetividade. Além disso, é esperado poder avaliar qualitativamente as diferenças entre a atuação empresarial e a atuação estatal neste campo das Relações Internacionais, destacando suas vantagens e desvantagens.

1.3.1 Objetivo Específico

Através do estudo de caso realizado nesta pesquisa, pretendeu-se compreender o funcionamento do projeto “Água Pura para Crianças”, da P&G, e os atores envolvidos na promoção deste projeto, os benefícios para as comunidades atendidas e para a companhia em questão, desde seu início, em 2004, até a implementação no Brasil em 2014.

O projeto buscou entender o papel que o programa P&G Sachet ocupa dentro da empresa e qual a relevância dentro de suas operações e atuação perante a sociedade.

1.4 Hipótese Principal

Partindo-se dos pressupostos de que as temáticas que envolvem os direitos humanos não possuem fronteiras, em oposição aos limites de atuação dos Estados que, por sua vez, enfrentam falhas na capacidade técnica e financeira para atuar na proteção destes direitos, assim como ocorre nas organizações supranacionais; e que as empresas multinacionais expandiram-se de maneira significativa nos últimos anos e possuem poder de mídia e comunicação, influenciando a sociedade através de seus produtos e marcas de grande reputação e credibilidade, assume-se a hipótese de que as empresas multinacionais seriam capazes de atuar com grande capacidade na promoção dos direitos humanos, utilizando-se de sua capacidade técnica e científica, seu poder de massificação de ideias e a posição estratégica ocupada em vários países.

1.4.1 Hipóteses Secundárias

- I. A sociedade civil exerce pressão cada vez maior para que as empresas atuem com uma postura socialmente responsável, e isso influencia diretamente na opção das empresas por promover projetos e ações voltadas à preservação e promoção dos Direitos Humanos. A exigência por parte dos consumidores de que as empresas adotem essas práticas interfere diretamente nos hábitos de consumo da sociedade, fazendo com que este seja um tema cada vez mais influente na tomada de decisões sobre os negócios de uma empresa.
- II. O crescimento da conscientização em relação aos Direitos Humanos e de que é responsabilidade de todos os atores o respeito e promoção do tema cria um novo conceito de moralidade na sociedade civil e também na comunidade empresarial, fazendo com que as empresas tenham iniciativas próprias em prol de atitudes que promovam os Direitos Humanos.
- III. Governos e organizações intergovernamentais estão cada vez mais incentivando que as empresas adotem posturas socialmente responsáveis através de leis de

benefício fiscal e tratados internacionais, entre outros mecanismos que conseguem de fato influenciar a ação das empresas nestas questões.

- IV. Denúncias de trabalho análogo à escravidão, discriminação por gênero e racial, assédio sexual e moral, degradação deliberada do meio ambiente, entre outras ilegalidades cometidas por e dentro das empresas, contribui para aumentar a imposição normativa e os protocolos de governança na área de direitos humanos no setor empresarial.

1.5 Metodologia de Pesquisa

A metodologia utilizada para produzir o panorama proposto neste projeto é composta por revisão bibliográfica, identificação de documentos oficiais internacionais, como o documento de regimento do Pacto Global de 2000, a Declaração de Genebra “*Global Compact Leaders Summit*”, os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos.

Além disso, no que compreende ao estudo de caso, propõe-se uma análise documental dos dados e relatórios sobre o programa P&G Sachet, para tomar-se conhecimento da aplicação do projeto no Brasil, em específico, no Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais.

2. O TEMA COMO ANÁLISE DOS CASOS DE VIOLAÇÃO

Assim como já identificava Ruggie (2014), não existe uma fonte mundial ampla e legítima que tenha reunido e compilado informações sobre o envolvimento de corporações multinacionais em casos de Direitos Humanos. Contudo, a partir da década de 1990, observa-se um crescimento expressivo do debate em torno do tema, em grande parte devido ao aumento de casos que envolvam estas empresas e a violação de Direitos Humanos. A Literatura concentra-se principalmente em analisar estes casos e entender os processos de compensação de danos.

2.1 Casos Emblemáticos

A fim de entender como a comunidade internacional e a sociedade lidaram com casos de violação de Direitos Humanos que envolvem empresas multinacionais, este capítulo propõem-se a fazer um breve resumo de casos em diferentes países e com empresas de diferentes segmentos que ganharam destaque dentro do tema.

2.1.1 NIKE

A Nike foi pioneira em terceirizar sua produção, expandindo para o Japão em 1970 e, no início da década seguinte, mudando-se para a Coreia do Sul e Taiwan, chegando por fim a espalhar sua cadeia produtiva por toda a Ásia, em especial, na China e Indonésia. Os problemas do modelo adotado passaram a ser revelados por ativistas do terceiro setor e jornalistas que passaram a entrevistar funcionários e escancarar os baixos salários, condições desumanas de trabalho, uso de produtos nocivos à saúde, entre outras situações de descaso. (RUGGIE 2014, p. 58)

A onda de publicidade negativa provocou grandes protestos nos locais de produção e também no território norte-americano. Em busca de melhorar sua imagem e reverter o quadro, “a Nike tornou-se membro-fundador do Pacto Global da ONU” (RUGGIE, 2014)

Ainda assim, a inconformidade da sociedade continuou e a Nike adotou uma postura de justificar que não era responsável pelos fatos uma vez que as fábricas não eram próprias, e sim sub-contratadas. Juridicamente, como aponta Ruggie, a Nike estava correta. Contudo, a sociedade civil mantém sua visão de responsabilidade compartilhada e por isso, a Nike foi

pioneira em adotar uma postura que considere a administração destas práticas, mas a institucionalidade internacional ainda é fraca no que diz respeito à políticas e leis sobre o tema.

2.1.2 BOPHAL

Em 3 de dezembro de 1984, um vazamento de gás isocianato de metila em uma fábrica de pesticidas acometeu a cidade de Bhopal, na Índia. Dezenas de pessoas morreram nas proximidades, muitas ficaram inválidas e diversas crianças nasceram com deficiências. (RUGGIE 2014, p. 60)

“Diferentemente do caso da Nike, não havia dúvidas sobre quem era o “dono” do problema: a Union Carbide (UC).” Contudo, a estrutura societária da empresa colocava em questionamento quem era a Union Carbide exatamente. (Ruggie, 2014).

O ocorrido desencadeou uma série de processos jurídicos nos EUA (sede da controladora) e na Índia. Na Corte americana, os processos foram unificados e, concorrendo com a estratégia de defesa da Union Carbide, um juiz americano considerou que os EUA não era o local apropriado para a sequência do processo, uma vez que os casos haviam se passado na Índia. Uma vez considerada a fraca estrutura do judiciário indiano, os processos se arrastaram por mais de duas décadas e condenaram diretores da UC. Porém, os EUA se recusou a extraditá-los. (Ruggie 2014, p. 61)

2.1.3 SHELL NA NIGÉRIA

O caso da instalação da Shell na Nigéria teve impactos sociais no que diz respeito ao envolvimento de comunidades locais e o respeito às estruturas sociais, exploração das riquezas e danos ao meio ambiente que impactavam diretamente nas atividades agropecuárias comunitárias. Ainda que a Shell tenha tentado negociar e amenizar os conflitos através de projetos de desenvolvimento locais, nas palavras de Ruggie, “a Shell perdeu sua licença social para operar – a comunidade não tolerava mais a presença da multinacional”. Após anos de conflito com a comunidade local e uma vez instaurado uma guerra entre tribos rivais que estavam em crise devido aos efeitos das atividades da petrolífera na Nigéria, o ápice do problema ocorreu com a morte de líderes comunitários, diversas prisões e um estado de caos social. O processo pressionou a Shell a revisar seus “Princípios Empresariais Gerais” e a desenvolver novas políticas e ferramentas de Responsabilidade Social Corporativa. (Ruggie 2014, p. 68)

2.1.4 YAHOO! NA CHINA

A Censura foi o tema principal a eclodir em 2004 com o caso onde um jornalista chinês, chamado Shi Tao, enviou um artigo assinado com pseudônimo para um site pró-democracia dos Estados Unidos através de sua conta de email do Yahoo!. Nele, revela-se orientações do governo sobre as ações a serem seguidas pela mídia às vésperas do aniversário de 15 anos do Massacre da Praça da Paz Celestial. Após a publicação, o governo de Pequim solicitou ao Yahoo! as informações sobre o autor do artigo, e o provedor as concedeu, levando à prisão do jornalista e uma condenação de 10 anos de prisão por divulgar segredos de Estado.

A agitação da sociedade civil e do Congresso americano foi intensa e colocou em discussão a moralidade do Yahoo!, pressionando pela adoção de uma nova postura. O provedor uniu-se a outros gigantes da Internet e criou a Iniciativa de Rede Global, a fim de prevenir e reagir “às políticas e práticas governamentais que violam a liberdade de expressão e a privacidade”. O caso de Shi Tao foi encerrado com um acordo feito entre o Yahoo! e a família do jornalista que criou o “Fundo de Direitos Humanos Yahoo!”. (RUGGIE 2014, p. 71).

O caso do Yahoo! evidenciou um dos problemas enfrentados na expansão globalizada das grandes empresas, que encontram leis e práticas morais diferentes nos países que passam a receber suas operações, principalmente em países em desenvolvimento e com menor aparato regulatório e jurídico.

Os casos apresentados, ainda que envolvam diversos setores de atividades e tipos de violações diferentes, revela uma regularidade incômoda sobre a realidade da violação dos Direitos Humanos no processo de expansão das multinacionais. O Centro de Informação sobre Empresas e Direitos Humanos (Cied) compilou grande parte destes casos e confirmou o que os exemplos apresentados sugerem: as regiões onde concentram-se as práticas abusivas estão localizadas na periferia do sistema internacional (28% na Ásia e Pacífico, 22% na África e 18% na América Latina) – veja figura 2.

Violação dos Direitos Humanos: Regiões

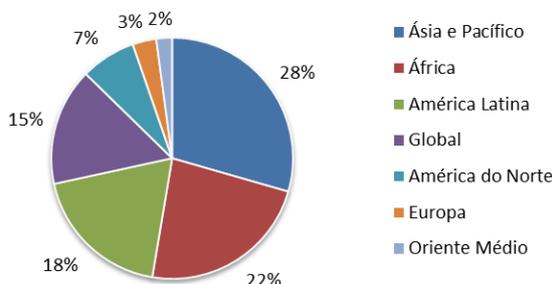


Figura 2 – Violação dos Direitos Humanos: Regiões / Fonte: Ciedh in Ruggie, 2014

Desta maneira, este panorama demonstra a fragilidade a qual se expõem os países em desenvolvimento à medida que diminuem suas barreiras e cedem seus territórios para a atuação de empresas estrangeiras sem que estejam preparados juridicamente e socialmente para absorver o impacto desta nova forma de atuar economicamente e comercialmente.

Em suma, existe uma simbiose negativa entre os piores abusos aos direitos humanos relacionados a corporações e os países em que elas operam. Essa simbiose é caracterizada por uma combinação de fatores: receita nacional relativamente baixa, exposição atual a conflitos e governança fraca ou corrupta. (RUGGIE, 2014, p. 83)

Contudo, ainda que exista grande espaço para avanços no tema, Ruggie conclui que “algumas empresas começaram a internalizar as novas expectativas sociais na forma de responsabilidades corporativas”. Este movimento vai de encontro com o que a análise de Aurora Voiculescu e Helen Yanacopulos sobre a definição de responsabilidade social corporativa (RSC):

[...]Deve abranger a gama de expectativas sociais impostas às empresas, incluindo responsabilidades econômicas, legais, éticas e filantrópicas.*¹ (VOICULESCU e YANACOPULOS 2011, p. 2)

Este capítulo nos mostra que a grande maioria dos estudos presentes são focados em compreender as responsabilidades e desdobramentos de casos onde empresas multinacionais se envolveram com violações de Direitos Humanos. Observa-se também que o debate sobre a responsabilização ainda é grande e que os países em desenvolvimento são os maiores afetados, principalmente no processo de expansão de multinacionais, uma vez que não estão juridicamente e socialmente preparados para receber novas políticas e posturas econômicas advindas com a chegada destas empresas em seus territórios e, na ausência de um órgão regulador supranacional, tornam-se vulneráveis. Por outro lado, a percepção social e as medidas adotadas nestes casos também despertam nas empresas mais atenção aos Direitos Humanos, uma vez que estão ligados diretamente à sua reputação.

¹ Tradução pela autora: “[...] should encompass the range of social expectations placed on companies, including economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities.”(VOICULESCU e YANACOPULOS 2011, p. 2)

3. INICIATIVAS AUTÔNOMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

A imagem de uma empresa é extremamente importante e impacta diretamente nos negócios onde ela atua. Manter um bom relacionamento com as expectativas sociais, as pressões e desejos populares e as regras governamentais, concede à empresa a aprovação social necessária para a aquisição de cada vez mais consumidores. Fiona Harris pontua que “uma série de grandes marcas tiveram suas reputações danificadas quando abusos de direitos humanos foram associados com suas atividades ou de seus subcontratados”^{*1} (2011). Assim, a responsabilidade social passou a ser um elemento central na identidade da grande parte das marcas líderes.

Por estes motivos, a responsabilidade social passou a ser cada vez mais usada na construção da imagem das grandes marcas. Além disso, deve-se considerar que “reputações são construídas ao longo do tempo, mas podem ser perdidas rapidamente. Uma vez perdida, pode ser muito difícil de se reestabelecer”^{*2} (HARRIS, 2011).

Esse apelo de marketing envolvido pela postura de responsabilidade social a ser adotada por uma empresa e o impacto negativo que práticas opostas possam provocar, fizeram com que um número crescente de empresas passassem a adotar novas posturas e divulgá-las intensamente. Desta maneira, podemos identificar vários exemplos, inclusive dentre as empresas brasileiras.

3.1 A questão do Balanço Social

A transparência e visibilidade das ações de responsabilidade social é importante para que possa ser identificado de maneira sistemática o envolvimento das empresas com ações de Direitos Humanos, além de prestar contas à sociedade e investidores. O mecanismo para esta ação é o Balanço Social.

“O Balanço Social é um instrumento onde constam um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto aos seus funcionários, ao governo e às comunidades com quem interagem, direta e indiretamente”. (BNDES, 2000)

^{*1} Tradução pela autora: “a number of major brands have had their reputations damaged when human rights abuses have been associated with their or their subcontractors’ activities” (Harris, 2011)

^{*2} Tradução pela autora: “reputations are built up over time, but can be lost quickly. Once lost, they can be very difficult to re-establish” (Harris, 2011)

Assim, o Balanço Social contribui para a compreensão da maneira como se dá a relação capital-trabalho e a geração de bem-estar para a sociedade, além de “contribuir para reforçar a imagem institucional de corporações ou das marcas e produtos a elas associados” (BNDES, 2000). Vale lembrar que o Balanço Social busca apresentar-se não apenas como mais um atributo de marketing, e sim um demonstrativo para reconhecimento da sociedade.

Existem vários modelos de Balanço Social, mas em sua maioria apresentam uma abordagem de aspectos internos e externos à empresa. Apresentam-se dados de:

“faturamento; lucro; número de empregados e folha de pagamentos bruta; valores gastos com encargos sociais e tributos; despesas com alimentação, treinamento, saúde e segurança do trabalhador; especificação dos benefícios concedidos, investimentos e doações voltados para a comunidade ou relativos ao meio ambiente e outras formas de participação social”. (BNDES, 2000)

Ainda que exista um movimento crescente de publicações de Balanços Sociais, não existe uma obrigatoriedade nem regulação deste documento. Assim, encontramos várias formas de apresentação:

- a) Inventário social: lista as ações tomadas pela organização, relativas ao contexto social;
 - b) Relatório social: é promulgado verbalmente, de acordo com os objetivos e as tomadas de ações relativas ao contexto social;
 - c) Contabilidade de Gestão de Pessoas: atribui valores monetários aos dispêndios com gestão de pessoas (treinamentos e qualidade de vida no trabalho);
 - d) Relatório de custos: lista todos os dispêndios relativos a Responsabilidade Social;
 - e) Abordagem do Valor Agregado: realiza uma avaliação em relação ao valor agregado das ações voltadas para a Responsabilidade Social e repasse deste valor agregado para os seus stakeholders;
 - f) Balanço de lucros e perdas sociais: equaciona os benefícios e custos relacionados com a Responsabilidade Social sobre o denominador comum de valores monetários.
- (ZARPELON, 2006)

Em alguns países, o Balanço Social tornou-se obrigatório. Na França, por exemplo, “desde 1977 as empresas com mais de 750 empregados são legalmente obrigadas a publicar seu balanço social”. Posteriormente, a obrigatoriedade caiu para empresas a partir de 300 empregados. A lei que cria a obrigatoriedade desta publicação também dispõe sobre qual deve ser a distribuição básica de indicadores: “estatística sobre emprego, remuneração e encargos acessórios, condições de higiene e segurança, condições de trabalho, formação do pessoal, relações profissionais, outras condições de vida dos trabalhadores e suas famílias”. Já na Argentina, os indicadores são voltados para “o indivíduo e seu habitat natural; o indivíduo e

seu desenvolvimento; o indivíduo e a família; o indivíduo e a comunidade”. No Chile, a difusão da ideia de gestão social e balanço social datam de 1970, e o modelo adotado por estas empresas consistem em abordar segurança do emprego, relações humanas, capacitação, organização, participação, condições de trabalho, índice de acidentes, rotatividade de pessoal, etc. (GONÇALVES, 1980).

“No Brasil, o Balanço Social foi discutido na década de 70, como uma nova ferramenta de gestão e de esperança de uma sociedade mais igualitária. O Balanço Social brasileiro veio ser influenciado pelos modelos norte-americano e europeu.”

(RIOS e JACQUES, 2011)

Além de particularidades de cada país, deve-se ter em conta que, “ainda que obedecendo a certos critérios gerais essenciais, deve atender necessariamente às peculiaridades de cada empresa” (GONÇALVES, 1980).

“O Global Reporting Initiative (GRI) é atualmente um dos modelos de prestação de contas em ações sócio-ambientais mais completo que existe”. Este modelo é amplamente adotado por diversas empresas e recebe o apoio da ONU. No Brasil, existem mais modelos-padrão de balanço social, além do GRI. O primeiro deles foi elaborado em 1997 pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), sob a liderança do sociólogo Hebert de Souza, e inspira-se nos formatos de balanço financeiros. Constitui-se em uma planilha com informações sobre “a folha de pagamentos, os gastos com encargos sociais de funcionários e a participação nos lucros. Além disso, detalha as despesas com controle ambiental e os investimentos sociais externos nas diversas áreas — educação, cultura, saúde etc.” O segundo deles é conhecido como o guia de Elaboração de Balanço Social do Instituto Ethos, que incorpora os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial e a planilha proposta pelo Ibase, sendo mais detalhado em relação às tomadas de decisão frente aos problemas encontrados e aos resultados obtidos pela organização. (RIOS e JACQUES, 2011)

3.2 Alguns exemplos de iniciativas autônomas

Com a finalidade de estabelecer um panorama da maneira como empresas multinacionais promovem os Direitos Humanos de maneira autônoma e particular, a autora buscou conhecer práticas e iniciativas em algumas empresas líderes de diversos segmentos. A diversidade de setores de atuação foi concebida de maneira proposital para que possa ser compreendido os motivadores e posicionamento em diferentes perspectivas, e dentro destes setores, a busca por empresas de referência e modelo se fez necessário, selecionando-as a partir

de sua posição de destaque no mercado em que atuam e entendendo-as como modelo a ser seguido pelas demais. A partir destes critérios, são apresentadas as empresas a seguir.

3.2.1 Natura

A Natura é uma multinacional brasileira fundada em 1969 que atua no setor de cosméticos e produtos de beleza. Atualmente, possui operações em Argentina, Bolívia, Chile, México, Peru, Colômbia e França. A companhia possui um foco na sustentabilidade, com produtos com essências e inspirações da natureza, embalagens recicladas, disponibilidade de refis, entre outras práticas ecologicamente aprovadas.

No início de 2015, a empresa apresentou sua nova Visão de Sustentabilidade, com diretrizes para até o ano de 2050, pautada nos princípios de “economia circular; incentivo ao consumo consciente; responsabilidade pela cadeia de valor; geração de impacto social por meio de incentivo a educação e novos modelos de negócios sustentáveis”. (CAVALCANTI, 2015)

Na ocasião, o Vice-presidente Comercial e de Sustentabilidade da Natura, João Paulo Ferreira, afirmou que “a sociedade atribuirá maior valor àquelas companhias que exercerem um papel de agente de transformação socioambiental. Queremos ampliar o potencial de nossa empresa na ação geradora de negócios aliados a mudança cultural e educacional”.

3.2.2 Suzano Papel e Celulose

A Suzano Papel e Celulose é a segunda maior produtora global de papel e celulose de eucalipto, com operações em cerca de 60 países. No Brasil, empregam mais de oito mil profissionais diretamente e cerca de 11 mil terceirizados.

A empresa entende sustentabilidade como “a capacidade de permitir que os ciclos de crescimento se renovem, o que implica construir as bases para uma expansão que integre operações competitivas, responsabilidade socioambiental e relacionamentos de qualidade”, integrando aspectos de Responsabilidade Social, Saúde e Segurança, Qualidade e Meio Ambiente.

Em linha com esta postura, a Suzano é signatária do Pacto Global; Pacto Empresarial pela Integridade e Contra a Corrupção; Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo; Fórum Amazônia Sustentável, entre outros documentos de comprometimento empresarial com a sociedade e o meio ambiente.

Neste âmbito, a empresa estabelece parcerias com órgãos e instituições nacionais e internacionais como o Instituto Ethos, WWF, CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável), entre outros.

3.2.3 Itaú Unibanco

O Itaú Unibanco é uma das maiores instituições financeiras do mundo. Atua em 20 países, com um lucro de R\$ 15,6 bilhões em 2013 e 94,9 mil colaboradores. A instituição define três principais causas que regem sua atuação: uso consciente do dinheiro, educação e cultura. Na década de 80, quando ainda eram instituições com atuação separada, criaram a Fundação Itaú Social e o Instituto Unibanco, focadas na melhoria do ensino público. Ainda nos anos 80, surgiu o Itaú Cultural.

Assim, diversos projetos são liderados e em 2012 somou-se R\$ 197,5 milhões em investimento social e cultural no país, 791 escolas beneficiadas por projetos do Instituto Unibanco, e 7 milhões de livros distribuídos pela campanha Itaú Criança.

3.2.4 BRF

A BRF é uma das maiores empresas de alimentos do mundo, oriunda da associação entre Sadia e Perdigão em 2009, atuando em mais de 120 países. No Brasil, a empresa possui cerca de 105 mil funcionários espalhados em 35 unidades industriais, além de 13 fábricas no exterior e mais 40 centros de distribuição. A empresa declara que busca uma atuação cada vez mais sustentável, “seja por nossos investimentos em pesquisa e inovação, pelo impacto que causamos nas comunidades onde atuamos ou, ainda, pelo estímulo a uma vida em equilíbrio”.

A atuação da empresa se divide em três pilares: Vida Saudável, Instituto BRF e Meio Ambiente.

No âmbito da Vida Saudável, a organização possui projetos de:

- Educação alimentar: projeto em parceria com a área de nutrição do governo do Estado de São Paulo para o desenvolvimento de produtos saudáveis destinados à merenda escolar;
- Esportes: patrocínio de diversas modalidades esportivas, entre elas: judô, ginástica, atletismo e esportes aquáticos; patrocínio às Olimpíadas 2016 e

Confederações; projeto “Lançar-se para o Futuro”; escola de futebol para crianças na Jordânia;

- Produtos saudáveis: produção de alimentos alinhados às recomendações de instituições nacionais e internacionais.

O Instituto BRF foi criado em 2012 e tem o “compromisso de fazer a coordenação corporativa das atividades de promoção do desenvolvimento local, garantindo a gestão compartilhada do investimento social da companhia e do relacionamento com comunidades”. Em 2014, foram investidos R\$ 3 milhões, realizando 200 ações sociais que beneficiaram mais de 80 mil pessoas.

No que diz respeito ao Meio Ambiente, a BRF possui uma Política de Meio Ambiente que determina padrões mínimos de desempenho ambiental, além de manter diversas iniciativas para que os recursos naturais sejam utilizados de forma eficiente e o impacto de suas operações seja mitigado. Trabalha-se em quatro direções: energia, água, resíduos e mudanças climáticas.

A empresa acumula uma série de prêmios que certificam e reconhece os esforços e projetos de responsabilidade social.

Por outro lado, não podemos deixar de mencionar que a empresa é alvo de uma série de críticas no que diz respeito ao cumprimento de leis trabalhistas. Contudo, não é objetivo deste trabalho aprofundar-se neste tema.

Conclusão do capítulo

Assim, observa-se neste capítulo que as empresas vem buscando envolver-se com temas ligados aos Direitos Humanos, alinhadas ou não à iniciativas por parte de Organizações Internacionais, sem que a adesão à uma Convenção ou Tratado seja fator obrigatório para que uma postura de Responsabilidade Social Corporativa seja adotada.

As áreas que mais recebem investimentos nestas empresa são a sustentabilidade, a educação, o lazer, esporte e a cultura. Além disso, a parceira com instituições não governamentais é essencial para a promoção destes projetos, além de conferir credibilidade às práticas adotadas por estas empresas.

4. A NORMATIZAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Direito Internacional engloba a relação entre as empresas com os direitos humanos e, principalmente, com suas violações, contudo, como reforça Ruggie (2014), salvo poucas exceções, “não são impostos deveres diretamente a elas para que deixem de cometer tais abusos e tampouco a legislação tem os meios para executar tais disposições”. O diálogo entre o direito internacional e estas empresas ocorre indiretamente, através da imposição de deveres aos Estados em assegurar que agentes não governamentais (o que inclui as empresas), dentro de suas jurisdições, não violem direitos reconhecidos por meio de políticas, legislação, regulamentação e atribuições apropriadas. Esse mecanismo está materializado em diversos Tratados internacionais celebrados pela ONU que regem sobre o tema como a Convenção Internacional sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial (1968), a Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres (CEDCM – 1979), as diversas Convenções da Organização Internacional do Trabalho (OIT), etc, onde as responsabilidades estão prioritariamente depositadas nos Estados.

Além disso, Ruggie (2014) reforça que “tradicionalmente, os órgãos de supervisão dos tratados da ONU não prestam muita atenção a problemas relacionados a empresas”, reforçando o caráter estatal dos Tratados e Convenções.

Além da Declaração Universal de Direitos Humanos de 1948, os instrumentos mais relevantes que tratam sobre a relação de empresas com os direitos humanos se originam na Organização Internacional do Trabalho (OIT) e na Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). Em destaque, temos a Declaração Tripartite de Princípios sobre as Empresas Multinacionais e a Política Social, celebrada no âmbito da OIT em 1977 e assinada por governos e organizações de empregadores e de trabalhadores de todo o mundo. Além deste documento, em 1998 a OIT celebrou a Declaração dos Direitos e Princípios Fundamentais no Trabalho. Contudo, estas normas também se debruçam sobre o Estado e colocam os governos no papel central deste tema.

O envolvimento direto da ONU com a relação das empresas com os Direitos Humanos é observado com destaque a partir da década de 70. Em 1973, foi criada a Comissão da ONU sobre Empresas Transacionais, buscando investigar o impacto destas empresas e aumentar a capacidade de negociação dos países onde elas atuam (JERBI, 2009 apud FEENEY, 2009). Desta Comissão, surgiu o Código de Conduta da ONU sobre TNCs (Transnacionais), que tentou estabelecer diretrizes sociais e ambientais, no âmbito global, para companhias transnacionais. Contudo, a iniciativa enfrentou fortes resistências por parte dos governos de nações

desenvolvidas, que possuem a grande maioria das sedes de empresas transnacionais, e, mesmo com o apoio dos países subdesenvolvidos, o projeto não foi colocado em prática e foi cancelado.

Como reforça Feeney (2009), os países desenvolvidos buscaram na OCDE uma solução que fizesse frente às tentativas de regularizar-se as atividades empresariais. O foco da OCDE era principalmente “proteger os investidores internacionais contra discriminação e expropriação dos governos dos países em que atuam”. Assim, em 1976 sugeriram as Diretrizes da OCDE para Empreendimentos Multinacionais. Neste documento, ainda que constassem alguns direitos trabalhistas, não havia nenhuma “referência explícita alguma a outros direitos humanos”.

Com o aumento da importância e poder das empresas transnacionais ao longo das décadas de 80 e 90, a maneira como deveria se dar esta atuação foi abordada no âmbito de várias conferências internacionais: ECO 92 (Rio de Janeiro, 1992), Conferência Mundial sobre Direitos Humanos (Viena, 1993) e a cúpula sobre a Mulher (Beijing, 2006). A Conferência de Viena, em especial, conseguiu quebrar o paradigma estabelecido pelas empresas desenvolvidas onde exercia-se privilégio dos direitos civis e políticos em detrimento de direitos econômicos, sociais e culturais, “os quais eram negligenciados e relegados a segundo plano”. Feeney reforça que, “embora as cúpulas e conferências promovidas pela ONU não trataram especificamente das responsabilidades das empresas, elas contribuíram para tornar a comunidade internacional mais sensível a questões de desenvolvimento e direitos humanos”.

O primeiro documento que promoveu efeito vinculante legal foi o texto das Normas de Responsabilidades de Corporações Transnacionais e Outras Empresas em Relação aos Direitos Humanos, estabelecendo que as corporações devem ter responsabilidade pelos direitos humanos afetados por suas atividades. Porém, não podemos excluir a centralidade ainda presente no Estado na garantia dos direitos humanos, tendo em vista seu primeiro artigo:

A. Obrigações gerais 1. Cabe aos Estados a responsabilidade primária de promover, assegurar o cumprimento de, respeitar, garantir o respeito por e proteger os direitos humanos reconhecidos pelas leis internacionais e nacionais, o que inclui assegurar que as corporações transnacionais e outras empresas de negócios respeitem os direitos humanos.
(Responsabilidades das Corporações Transnacionais e Outras Empresas de Negócios com relação a Direitos Humanos Doc. ONU E/CN.4/Sub.2/2003/38/Rev.2 (2003))

Segundo Feeney (2009), as “Normas”, como ficaram conhecidas, receberam apoio da sociedade civil. No entanto, a comunidade empresarial foi bastante hostil e promoveu intenso lobby, pautados na crítica de que o documento não era suficientemente claro no que diz respeito à diferenciação das obrigações dos Estados e das empresas e da não aplicabilidade do Direito Internacional às empresas.

(...) apesar das controvérsias acerca do conteúdo específico e do status jurídico das Normas, esta iniciativa serviu a um propósito importante, qual seja, aumentar o reconhecimento geral de que empresas possuem responsabilidades universais em direitos humanos, de que governos nacionais devem tomar medidas para proteger indivíduos de abusos cometidos por empresas, e, por fim, reconhecimento de que mecanismos extraterritoriais e globais de monitoramento e controle são necessários.

(FEENEY, 2009)

Conclusão do capítulo

Em conclusão, ocorreram avanços na agenda da ONU referente à responsabilidade das empresas em Direitos Humanos, com a abertura de novos fóruns de discussão, ainda não se está nem próximo de elaborar parâmetros adequados e exigíveis para o tema. Feeney (2009) considera que pode-se ter perdido o momento adequado para acordar instrumentos que definissem estes padrões de maneira global, uma vez que economias emergentes, como China e Índia, estão menos dispostas a estabelecer normas que regulem as atividades das empresas.

5. O PROJETO P&G SACHET

O projeto Água Pura Para Crianças, mais conhecido como P&G Sachet, consiste em uma iniciativa a nível global de distribuição de um produto entre comunidades de saneamento precário e falta de acesso à água potável que é capaz de purificar a água. O produto foi desenvolvido no final dos anos 1990 por cientistas da P&G em Newcastle, UK, e em parceria com Centro de Controles de Doenças dos Estados Unidos e tem como objetivo diminuir a mortalidade infantil causada por doenças transmitidas por água contaminada. A P&G trouxe o projeto P&G Sachet para o Brasil, em 2014, iniciando sua implantação pela região do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais.

Neste capítulo, são utilizados documentos e relatórios da P&G sobre o projeto. Além disso, a autora contou com informações concedidas por Juliana Gattaz, gerente de comunicação corporativa da P&G no Brasil e responsável pelo lançamento do projeto, além de detalhes sobre as motivações, a implementação e desafios.

5.1 O problema da falta de água potável no Brasil

Segundo o Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento identificou que 17 % das pessoas brasileiros não possui acesso à água potável (2014). Além disso, a experiência da P&G em outros países mostrou que o uso de água contaminada é uma das principais causas de mortes entre bebês e crianças em países em desenvolvimento. Doenças como a diarreia, que são consequência desse consumo de água impura, são responsáveis por mais mortes de crianças no mundo do que o HIV e a Malária matam juntos.

5.2 O produto-alvo do projeto

O P&G Sachet consiste em uma tecnologia de baixo custo apresentada em um sachê de 4 gramas, que é capaz de transformar 10 litros de água contaminada em 10 litros de água potável, livre de resíduos sólidos e impurezas. O produto atende às normas da Organização Mundial de Saúde para purificação de água, com validade de dois anos no Brasil (3 anos nos outros países), e foi desenvolvido no final dos anos 1990 por cientistas da P&G em Newcastle, UK, e em parceria com Centro de Controles de Doenças dos Estados Unidos. O P&G Sachet não é comercializado em nenhum lugar do mundo, e toda sua produção é distribuída gratuitamente.



Figura 4 – P&G Sachet / Fonte: divulgação, 2014

5.3 Modo de usar

O conteúdo do P&G Sachet deve ser despejado em um recipiente com até 10 litros de água não potável, mexer a mistura por 5 minutos e aguardar mais 5 minutos para a sujeira decantar. Em seguida, a água deve ser passada por um filtro, que pode ser até mesmo uma simples roupa sem buracos de algodão limpa. Para finalizar, deve-se esperar por 20 minutos para que o bactericida do produto faça efeito e está pronta para beber. Em 30 minutos uma água barrenta ou contaminada se transforma em água pura para o consumo.

5.4 Região de atuação

O Vale do Jequitinhonha é uma das regiões mais pobres do Brasil e representa os problemas de um grande número de famílias brasileiras, que não têm o suprimento adequado e permanente de água limpa. A água que abastece a comunidade vem de rios como o Araçuaí e o Salinas, em condições impróprias para o consumo humano, pois não é feito nenhum tipo de tratamento, e no período chuvoso a situação fica mais grave, ou seja, a água fica muito barrenta.

A economia da comunidade da região é baseada na agricultura familiar de subsistência e a pecuária de corte em pequena escala, que, não sendo suficiente para sobrevivência, é motivador comum de migração temporária para o corte de cana e colheita de café. Com o êxodo, muitas famílias são chefiadas por mulheres.

5.5 Compromisso Social

Segundo Juliana Gattaz, até 2020, a meta é salvar uma vida a cada hora, com a distribuição de 200 milhões de sachês, o equivalente a dois bilhões de litros de água pura por ano. A P&G contabiliza o investimento, até agora, 50 milhões de dólares utilizados para

fornecer água de qualidade para comunidades carentes em todo o mundo, resultando em uma distribuição para mais de 75 países. Assim, foram evitados mais de 325 milhões de dias de doenças em consequência do consumo de água contaminada, e ajudou a salvar uma média de 43 mil vidas, principalmente crianças.

5.6 Implementação

Para realizar o programa, há parceria da P&G com mais de 140 organizações, entre elas CARE, PSI, Save The Children, ChildFund e Visão Mundial. No Brasil, o programa atua em parceria com a Ong ChildFund, que é responsável pela distribuição, orientação das famílias locais e os multiplicadores sociais da região, para conscientizá-los da melhoria da qualidade de vida a partir do consumo de uma água de qualidade. Cada família receberá o produto para obter água potável por um ano inteiro. O objetivo do primeiro ano de programa foi de atender 24.250 pessoas ao fornecer 18 milhões de litros de água purificada em cerca 4.850 famílias da região, nos municípios: Berilo, Chapada do Norte, Coronel Murta, Comercinho, Francisco Badaró, Jenipapo de Minas, Medina e Virgem da Lapa.

A empresa levou uma equipe e um artista embaixador, Rodrigo Faro, para distribuir o produto e explicar a correta utilização para os moradores destas regiões.



Figura 5 – Explicando a utilização do P&G Sachet / Fonte: divulgação, 2015

5.7 Prêmios obtidos

Globalmente, o projeto P&G Sachet já foi reconhecido por diversos órgãos em instituições no que diz respeito ao papel desempenhado no âmbito da responsabilidade social e direitos humanos. O reconhecimento através destes prêmios confere credibilidade e demonstra o quão relevante é o projeto P&G Sachet.

Ano	Prêmios	
2004	World Business Award - International Chamber of Commerce, United Nations Development Program and the Prince of Whales International Business Leaders Forum: Pelo apoio aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas e, em particular, trabalhar em direção à meta de reduzir pela metade a proporção de pessoas sem acesso à água potável até 2015.	
2005	Stockholm Industry Water Awards - Stockholm International Water Institute: Pelo desenvolvimento do P&G Sachet - purificador de água	
2006	National Inventor of the Year - Intellectual Property Owners Education Foundation: Pelos esforços humanitários em liderar o desenvolvimento da purificação da água.	
2007	Internationalist Of The Year - Internationalist magazine: Para evitar a diarreia e salvar vidas	Ron Brown Award for Corporate Leadership (Co-recipient): Por prover água potável em países em desenvolvimento, com ênfase nas relações com os funcionários e comunidade.
	Children's Environmental Health Excellence Award - U.S. Environmental Protection Agency: Pela excelente liderança em proteger as crianças que vivem em situações de risco.	American Express Members Project: Por ter sido o projeto mais votado pelos membros do cartão American Express.
	Global Leadership Award - United Nations Association of the USA: Por prover milhões de litros de água potável em todo o mundo (e por Protecting Futures, um programa global de Tampax e Always).	Strategic: Vision Award - Center for Strategic and International Studies, Global Strategy Institute: Pela formulação de abordagens criativas e inovadoras para uma das questões mais estrategicamente importantes de nosso tempo - a água potável.
	Laureate of the 2007 Tech Museum Awards - The Tech Museum Of Innovation: Por aplicar a tecnologia em benefício da humanidade e prover mudanças globais no campo da água potável.	International Health Communication Gold Medallion Award (co-recipient) - Johns Hopkins University Bloomberg School of Public Health: Pela construção de relacionamento baseado no Mercado que sustenta e fornece água potável.
	Grainger Challenge Bronze Award - National Academy of Engineering and The Grainger Foundation: Pelos esforços humanitários em liderar o desenvolvimento da purificação da água.	

2008	Popular Mechanics Breakthrough Innovator Award: Inovação e Tecnologia	
2009	Wind Enterprises Making a Difference Award: Pelo comprometimento global com a saúde em países em desenvolvimento, pela diversidade e por fazer a diferença na vida das mulheres em todo o mundo.	U.S. Doctors for Africa Global Citizen Awards: Filantropia corporativa
	Action Against Hunger Humanitarian Award: Reconhecimento pelos esforços extraordinários em prol das comunidades carentes em todo o mundo.	The World Technology Awards: Meio Ambiente
2012	Award for Corporate Excellence – U.S. Department of State: Pelos esforços em melhorar vidas na Nigéria e Paquistão	

Quadro 2 – Prêmios P&G Sachet / Fonte: <http://www.pgagualimpa.com.br/premios.php>, 2016

O reconhecimento global do projeto mostra que a empresa está no caminho certo no que diz respeito à atenção aos Direitos Humanos, e a vinda do programa para o Brasil é um passo importante para a consolidação do P&G Sachet, uma vez que o país é carente de saneamento, enfrenta desafios de dimensões continentais e carências sociais importantes, ao mesmo tempo que vem ganhando cada vez mais importância econômica.

A tecnologia empregada no produto purificador da água é extremamente sofisticada e a detenção de capacidade técnico, laboratórios de última geração e disponibilidade orçamentária da P&G foram cruciais para que o Sachet fosse desenvolvido. Além disso, a escala mundial de atuação da empresa possibilita que o produto possa ser distribuído nos locais mais diversos, ampliando seu poder de atuação.

Ao mesmo tempo, as diversas parcerias firmadas com organizações não-governamentais mostram que existe uma deficiência da empresa em como atingir comunidades em locais distantes e de difícil acesso, e a falta de conhecimento em aplicação de projetos sociais, uma vez que esta não é a atividade principal da P&G. Neste ponto, é necessário ressaltar a importância do conhecimento social destas organizações e seu papel fundamental na aplicação do projeto.

Conclusão do capítulo

A postura de RSC da P&G fica clara neste projeto, no sentido de desassociar-se com o negócio central da empresa e com o puro marketing social, mas utilizar sua capacidade técnica e operacional para melhorar a qualidade de vida das pessoas ao redor do mundo.

A água como foco principal deste projeto e a visão de atingir principalmente crianças, colocam o projeto em alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, além de estar em acordo com princípios do Pacto Global no que diz respeito ao Meio Ambiente, ainda que a empresa não seja signatária do documento.

6. CONCLUSÕES

A Crise de 1929 fez com que as pessoas passassem a se interessar cada vez mais sobre a maneira como as empresas atuam, uma vez que foi percebido o quanto esta atuação impacta diretamente em suas vidas, criando um consenso de que as empresas possuem responsabilidade em relação à sociedade e aos seus empregados.

A princípio, a exigência social era a de que os mais ricos deveriam ajudar aqueles em posições de desvantagem. A partir das décadas de 1950 e 60, o debate em torno da definição do conceito de Responsabilidade Social de uma empresa passa a ser levado em conta, principalmente influenciado pela Guerra do Vietnã que levantou o questionamento popular em torno da responsabilidade das empresas norte-americanas que produziram armamentos utilizados na Guerra. Assim, a sociedade passa a entender as empresas como um agente promotor de seus objetivos.

Um novo momento de discussão sobre responsabilidade social emerge nas décadas de 1970 e 80 a partir do aumento do custo da energia e das pressões relacionadas à poluição, proteção do consumidor e igualdade social.

Além da crescente consciência de que existe um grande impacto das atividades econômicas na sociedade, a população passou a ser cada vez mais engajada em defesa dos Direitos Humanos e ambientais e na conseqüente responsabilização das empresas.

A nova organização do sistema internacional global, onde os atores internacionais vão além dos Estados e incluem empresas transnacionais, organizações não-governamentais, sindicatos, etc e são considerados em um processo de interdependência complexa na discussão de uma diversidade de temas cada vez maior, como analisado na teoria Neoliberal desenvolvida por Keohane e Nye (1989), reforça a necessidade de estabelecer-se de maneira mais concreta a relação e o envolvimento entre empresas e os Direitos Humanos.

As empresas multinacionais passam a se destacar como atores internacionais principalmente após a 2ª Guerra Mundial, com sua crescente difusão pelo mundo através da liberalização econômica.

A incorporação desta nova realidade na relação sociedade-empresas privadas não foi instantaneamente absorvida pelas Organizações Internacionais no que diz respeito à regulação e diretrizes. Reforça-se que, como já tratavam Keohane e Nye, existem múltiplas esferas que virão a tratar das questões internacionais. A normatização e regulamentação ainda é falha e tema de amplo debate. Diversas OI's abordam em algum momento o tema, como por exemplo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), a Organização para Cooperação e

Desenvolvimento Econômico (OCDE), etc. Contudo, é no âmbito da Organização das Nações Unidas (ONU), que encontram-se os mais importantes instrumentos e textos sobre o tema.

Após um histórico de importância paralela ao tema, sendo tratado como parte de outras Convenções e Tratados, como na ECO 92 e Cúpula sobre a Mulher, a RSC passou a ser objeto de estudo de uma área exclusiva da ONU. Ainda que com iniciativas não muito bem sucedidas como as “Normas de Responsabilidades de Corporações Transnacionais e Outras Empresas”, nota-se uma evolução do tema, ainda que possa ser considerada mais lenta do que o necessário e esperado pela sociedade.

A grande iniciativa neste tema foi o Pacto Global, lançado em 2000 e que hoje conta com mais de 8 mil empresas participantes, sendo 1000 integrantes do Brasil, incluindo empresas, organizações e instituições. O Pacto Global consiste em um fórum de aprendizagem para a promoção de práticas socialmente responsáveis nas áreas dos Direitos Humanos.

Os estudos sobre Direitos Humanos no âmbito da Responsabilidade Social Corporativa não são ainda amplamente difundidos, uma vez que as iniciativas encontradas em maior número ocorrem nas áreas social e ambiental. Em sua grande maioria, debruçam-se sobre a análise de casos de violação de Direitos Humanos. Exemplos destes casos são a Nike e as denúncias de más condições de trabalho na Ásia (1970), a Bophal e um sério vazamento de gás em uma fábrica de pesticidas da Índia (1984), o conflito da Shell com as comunidades locais na Nigéria, o Yahoo! e a censura na China (2004), etc, sob os quais se encontra diversos estudos. Nota-se através destas pesquisas que a ocorrência de casos de violação de Direitos Humanos está em sua maioria localizada em países subdesenvolvidos, ainda que as empresas que cometam estes crimes sejam em grande parte sediadas em países desenvolvidos. Também devemos citar que, com o aumento da globalização, as violações dos Direitos Humanos por parte de empresas multinacionais aumentou em escala significativa.

Além das políticas de reparação de danos as quais são impostas as empresas que cometem crimes de violação de Direitos Humanos, observa-se uma crescente iniciativa autônoma nas empresas em adotar uma postura de responsabilidade social. A necessidade de construir-se uma imagem frente às expectativas sociais, às pressões e às regras governamentais fez com que novas posturas surgissem em torno do tema, como por exemplo, os padrões de RSC adotados por empresas como Natura, Suzano Papel e Celulose, Itaú Unibanco, BRF, entre outras. Suas ações envolvem incentivo à educação, lazer, cultura e esporte; apoio à ONG's promotoras de ações sociais e ambientais; e o alinhamento com diretrizes das Organizações Internacionais e legislação local. A publicidade desta postura é parte importante de um projeto de RSC e figura como instrumento de divulgação e acompanhamento a publicação de um

Balço Social, que organiza e compila as ações e investimentos destas empresas nesta área. Não podemos deixar de mencionar que muitas vezes as políticas adotadas por estas empresas nem sempre condizem com a realidade e é preciso concentrar-se nas ações que de fato decorrem destas diretrizes.

A P&G, maior empresa de bens de consumo do mundo, possui um projeto de responsabilidade social que aborda um bem de grande importância no que diz respeito aos Direitos Humanos - a água potável – que é conhecido como P&GSachet, com foco na promoção dos Direitos Humanos, e não na proteção deles. O projeto ocorre em escala mundial, através da parceria com mais de 140 organizações em 75 diferentes países, somando até agora 50 milhões de dólares em investimentos, resultando em 43 mil vidas salvas. No Brasil, foi trazido em 2014 com a distribuição do produto que purifica a água na região do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. Segundo a empresa, foi estabelecido o compromisso de que até 2020 salve-se uma vida a cada hora, através da distribuição de 200 milhões de sachês, o que leva a 2 bilhões de litros de água pura por ano. O projeto já foi reconhecido globalmente por diversos órgãos e instituições, principalmente por sua tecnologia de ponta, desenvolvida por cientistas da P&G em parceria com o Centro de Controles de Doenças dos Estados Unidos, onde 4 gramas de produto são capazes de transformar 10 litros de água contaminada em 10 litros de água potável.

Este é um grande exemplo da força de uma empresa ao promover ações voltadas aos Direitos Humanos. Os fatores que as colocam em posição vantajosa em relação aos outros atores são sua presença global, podendo difundir um projeto entre muito mais pessoas, e a capacidade tecnológica e científica que apenas as grandes empresas possuem. Contudo, uma vez que sua atuação principal está relacionada à indústria e comércio, a falta de conhecimento de como atuar e fazer do projeto uma realidade faz com que seja indispensável a parceria com ONG's e governos, fato observado na totalidade das ações identificadas como RSC. Além disso, esse alinhamento com a sociedade civil e os governos confere legitimidade às ações das empresas, uma vez que os Direitos Humanos ainda são entendidos como um campo de domínio estatal.

A regulamentação desta atuação não seguiu o mesmo ritmo das mudanças sociais em relação ao tema. Porém, considero que não seja efetivamente uma barreira para que o movimento de RSC cresça dentro das empresas, uma vez que elas precisam ser bem vistas por seus consumidores e estes já se tornaram suficientemente exigentes por posturas socialmente responsáveis a ponto de pressioná-las mesmo sem mecanismos formais por parte das OI's. A P&G é um exemplo de que a falta de normatização não é uma barreira, uma vez que não é signatária do Pacto Global, mas é capaz de promover um projeto de tamanha grandeza.

Por outro lado, a ausência destes mecanismos deixa brechas para que posturas de isenção em relação às violações dos Direitos Humanos sejam encontradas, dificultando a cobrança e responsabilização destas empresas, conferindo ainda mais poder de liderança das empresas transnacionais em temas de importância social global em detrimento da capacidade de uma agenda global alinhada e bem definida entre todos os atores do sistema internacional sob liderança da ONU. Assim, encontra-se hoje muito mais casos de atuação isolada e iniciativa particular de empresas transnacionais que buscam promover Direitos Humanos em oposição à projetos globais que, se bem definidos e liderados, poderiam ter ainda maior sucesso por unirem diversas forças, ampliando o capital investido e o campo de atuação. É preciso criar mecanismos de incentivo, obrigatoriedade, regulamentação e fiscalização de posturas socialmente responsáveis por parte de empresas, uma vez que a magnitude do impacto destas empresas na vida humana é cada vez maior a medida que elas não possuem fronteiras e estão continuamente aumentando sua capacidade de interferência política e social, regendo aspectos como economia, acesso à cultura e educação, disseminação do conhecimento, etc. A multilocalidade destas empresas coloca os Estados em posição desfavorável no que diz respeito ao estabelecimento e cobranças de possíveis normas neste âmbito, por isso, é necessário que a ONU se fortaleça perante estas empresas transnacionais, colocando-se como um órgão acima delas e encabeçando um movimento concreto em direção à RSC.

7. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 26000**. Rio de Janeiro, 2010. 110p.

BNDES. **Relato Setorial nº2**. Março/2000. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/relato/social02.pdf> Acesso em 01 de Maio de 2016.

BRF. **Quem Somos**. Disponível em: <<http://www.brf-global.com/brasil/sobre-brf/quem-somos-nossa-historia>> Acesso em 05 de Março de 2016.

BRF. **Instituto BRF**. Disponível em: <<http://www.brf-global.com/brasil/responsabilidade-corporativa/instituto-brf>> Acesso em 05 de Março de 2015.

BRF. **Vida Saudável**. Disponível em: <<http://www.brf-global.com/brasil/responsabilidade-corporativa/vida-em-equilibrio>> Acesso em 05 de Março de 2015.

CAMARGO, Gabriel Alan; JUNQUEIRA, Cairo Gabriel Borges. A teoria neoliberal nas relações internacionais: o tripé institucional e o papel do estado. **O Debate** **douro**. Edição 83, p. 20-24, agosto 2013.

CAVALCANTI, Luísa. **Responsabilidade Social Natura**. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/perfil/natura/>> Acesso em 12 de Novembro de 2015.

ChildFund Brasil. **ChildFund Brasil e P&G firmam parceria**. Disponível em: <<https://www.childfundbrasil.org.br/imprensa/releases/p-and-g-traz-para-o-brasil-o-p-and-g-sachet-que-transforma-agua-contaminada-em-agua-limpa>> Acesso em: 22 de Março de 2015.

ChildFund Brasil. **Conheça o produto que transforma água contaminada em 'água limpa'**. Disponível em: <<https://www.childfundbrasil.org.br/imprensa/noticias/conheca-o-produto-que-transforma-agua-contaminada-em-agua-limpa>> Acesso em: 31 de Março de 2015.

Criação de Valor Compartilhado. **O que é criação de valor compartilhado**. Disponível em: <<http://www.criandovalorc compartilhado.com.br/criacao-de-valor-compartilhado/o-que-e-csv>> Acesso em 28 de Janeiro de 2016.

DELOITTE. **Os poderosos da Indústria de Bens de Consumo – 2014**: O consumidor conectado em constante evolução. 2014. Disponível em: <<http://www2.deloitte.com/br/pt/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-consumer-products-2014.html>> Acesso em 03 de Maio de 2016.

Diagnóstico dos Serviços de Água e Esgotos – 2014. Ministérios da Cidade – Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental, Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento. Brasília, 2014.

FEENEY, Patricia. A luta por responsabilidade das empresas no âmbito das nações unidas e o futuro da agenda de advocacy. **Sur, Rev. int. direitos human.**, São Paulo, v. 6, n. 11, p. 174-191, Dec. 2009. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-64452009000200009&lng=en&nrm=iso> Acesso em 10 de Março de 2016.

GATTAZ, Juliana. **Contato pessoal da autora com Juliana Gattaz**. São Paulo, P&G, em setembro de 2015.

GONCALVES, Ernesto Lima. **O balanço social: a definição de um modelo para sua empresa**. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 20, n. 3, p. 79-84, Sept. 1980. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901980000300007&lng=en&nrm=iso>

INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA. **ISO 26000**. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/qualidade/responsabilidade_social/iso26000.asp> Acesso em: 22 de Março de 2015.

INSTITUTO TRATA BRASIL. **Situação Saneamento no Brasil**. Disponível em: <<http://www.tratabrasil.org.br/saneamento-no-brasil>> Acesso em 25 de Setembro de 2015.

ITAÚ. **Quem Somos: Apresentação**. Disponível em: <<https://www.itau.com.br/sobre/quem-somos/apresentacao/>> Acesso em 22 de Fevereiro de 2016.

ITAÚ. **Nossas causas**. Disponível em: <<https://www.itau.com.br/sobre/nossas-causas/>> Acesso em 22 de Fevereiro de 2016.

KARKLOTI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade Social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. 141 p.

Keohane, Robert; Nye, Joseph. **Power and Interdependence**. 2 Ed. United States: Harvard University Press, 1989

MACHADO FILHO, Claudio Pinheiro. **Responsabilidade Social e Governança: o Debate e as Implicações**. 1 ed. São Paulo: Piogeraneira Thomson Learning, 2006. 172 p.

NESTLÉ. **Sobre a Nestlé**. Disponível em: <<https://www.nestle.com.br/mobile/Portal320touch/Sobre.aspx>> Acesso em 28 de Janeiro de 2016.

ODM Brasil. **Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio**. Disponível em: <<http://www.odmbrasil.gov.br/os-objetivos-de-desenvolvimento-do-milenio>> Acesso em 02 de Maio de 2016.

ONU. **Responsabilidades das Corporações Transnacionais e Outras Empresas de Negócios com relação a Direitos Humanos**. Doc. ONU E/CN.4/Sub.2/2003/38/Rev.2 (2003)

PACTO GLOBAL REDE BRASILEIRA. **Pacto Global promove lançamento de clássico de John Ruggie no Brasil**. Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/Artigo/111/Pacto-Global-promove-lancamento-de-classico-de-John-Ruggie-no-Brasil>> Acesso em 02 de Maio de 2016.

PACTO GLOBAL REDE BRASILEIRA. **Perfil dos Signatários**. Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/65/Perfil-dos-Signatarios>> Acesso em 10 de Abril de 2016.

P&G ÁGUA PURA PARA CRIANÇAS. **Prêmios e Reconhecimentos**. Disponível em: <<http://www.pgagualimpa.com.br/premios.php>> Acesso em 03 de Abril de 2016.

RIOS, Allan e JACQUES, Eugenio Hoffman. **Balanco Social: sua importância para as organizações**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/balanco-social-sua-importancia-para-as-organizacoes/59152/>>

RUGGIE, John Gerard. **Quando negócios não são apenas negócios: as corporações multinacionais e os direitos humanos**. 1 ed. São Paulo: Planeta Sustentável, 2014. 320 p.

SUZANO PAPEL E CELULOSE. **Nosso Compromisso**. Disponível em: <<http://www.suzano.com.br/porta/suzano-papel-e-celulose/nosso-compromisso.htm>> Acesso em: 15 de Fevereiro de 2016.

SUZANO PAPEL E CELULOSE. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.suzano.com.br/porta/suzano-papel-e-celulose/quem-somos.htm>> Acesso em: 15 de Fevereiro de 2016.

United Nations Global Compact. **Os dez princípios**. Disponível em: <https://www.unglobalcompact.org/Languages/portuguese/dez_principios.html> Acesso em: 22 de Março de 2015.

VOICULESCU, Aurora; YANACOPULOS, Helen. **The Business of Human Rights: Envolving Eagenda for Corporate Responsibility**. 1 ed. Londres: Zed Books, 2011. 245 p.

ZARPELON, Márcio Ivanor. **Gestão e responsabilidade social: NBR16.001/SA 8.000**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.