DE PERNAS PARA O AR: MUDANÇA DE PARADIGMA POR UM MUNDO MAIS IGUALITÁRIO

Daniela Carvalho Almeida da Costa, Mestre em Direito Penal pela USP. Doutoranda em Direito Penal pela USP. Sócia-fundadora da Sociedade Brasileira de Direito Internacional do Meio Ambiente (SBDIMA). Sócia e ex-colaboradora do Boletim Mensal do Instituto Brasileiro de Ciências Criminais (IBCCRIM). Sócia-fundadora do Instituto Panamericano de Política Criminal (IPAN). Professora da UNIT-SE.

RESUMO: Partindo do pressuposto que estamos a vivenciar um momento de revolução paradigmática onde não se sabe ao certo o novo paradigma que surgirá no porvir, esse texto traz uma breve reflexão sobre algumas iniciativas necessárias à construção de um mundo mais igualitário. Iniciativas que passam por uma dupla tomada de consciência, conjugando esforços da sociedade civil e do setor privado de produção que, operando em busca de um mesmo ideal, se complementaria de forma que todos sairiam ganhando, transcendendo o paradigma da competitividade na construção de um paradigma de cooperação.

PALAVRAS-CHAVE: tomada de consciência; revolução paradigmática; globalização; sociedade civil organizada; organização não-governamental; responsabilidade social; cooperação; mundo igualitário.

ABSTRACT: From an assumption that we are living a moment of paradigmatic revolution, where it is not known well for the new paradigm that that will appear in the future sure, that text brings a brief reflection about some necessary initiatives to the construction of a more equalitarian world. Initiatives that go by a double demand of

conscience, conjugating efforts of the civil society and of the private section of production that, operating in search of a same ideal, it would be complemented so that all would leave winning, transcending the paradigm of the competitiveness in the construction of a cooperation paradigm.

A construção de um novo mundo, com bases em princípios emancipatórios, prescinde da tomada de consciência de suas carências e potencialidades por parte das minorias que, invertendo a ótica hegemônica do processo globalizador, estreitassem seus vínculos no processo de construção de uma sociedade civil organizada, em nível global, tal qual já vem acontecendo no seio das diversas organizações não governamentais que acabarão, junto com as demais formas de organização social, representando uma força transformadora da estrutura capitalista de produção. O "princípio do empreendedor", idealizado no início do século XX por Schumpeter[1], pode se tornar o grande pivô a revolucionar o sistema capitalista atual de produção. Quiçá os empreendedores do século XXI, movidos pela força inovadora, protagonizem, através dessas novas formas de organizações insurgentes ao redor do globo (que já demonstram seu poder transformador como podemos perceber no movimento fraternal das ONGs), um papel central na reorganização da estrutura capitalista de produção, substituindo-a por uma nova forma de organização produtiva na qual o motor não será o lucro, mas a recompensa na ação em si.

Indo um pouco além nesse sonho por um novo mundo, poderíamos, ainda, imaginar a propulsão extraordinária que ganharia

---

[1] Joseph Alois Schumpeter, economista austríaco, nascido em 1883, definiu em 1911, em sua obra *Teoria do Desenvolvimento Econômico*, o espírito do empreendedor: "O ato de construir um caminho é de uma potência superior ao ato de segui-lo". Schumpeter vem sendo atualmente bastante festejado em França, prova disto faz-se na assertiva lançada pelo economista francês Daniel Cohen, em recente livro lançado *La Mondialisation et Ses Ennemis*: "Como Adam Smith foi o economista do século 18, Marx, o do século 19, e Keynes, o do século 20, Schumpeter é, certamente, o economista do século 21". De acordo com o cientista político e econômico Jean-Claude Casanova, a atual importância das idéias de Schumpeter reside em que "ele foi o único a ter dito que o importante é o crescimento e a inovação". In: EINCHENBERG, Fernando. "Vive Schumpeter!" *Revista Primeira Leitura*, São Paulo, ano 3, n. 27, p. 88-89, maio, 2004.

esse processo de transformação caso dele participassem, quando a tomada de consciência em nível global começasse a transformar o próprio padrão consciencial da sociedade, além da figura do empreendedor dentro das organizações sociais, os empreendedores dentro das corporações empresariais, principalmente, as de porte transnacional.[2]

Esse momento de transição que vivenciamos – no qual o Estado moderno e seu aparato de garantias sociais já não trazem respostas condizentes às necessidades do mundo globalizado e das políticas neoliberais em voga – requer essa dupla tomada de consciência a fim de que seja possível construir um mundo mais igualitário. A conscientização da sociedade civil, em primeiro plano, como já vem ocorrendo, seguida da conscientização do próprio setor privado, que já não pautaria suas ações em valores unicamente competitivos, ao perceber que a responsabilidade social, a cooperação e a solidariedade são a melhor maneira de desempenhar um papel ativo para um mundo mais justo.[3]

---

[2] Haja vista o papel central que estas representam na sociedade globalizada contemporânea e o poder decisório que foi sendo passado as suas mãos em detrimento do poder estatal, proporcionando, em boa medida, o desmantelamento do Estado de bem-estar com o acirramento da flexibilização do trabalho (através da estruturação do modelo flexível de produção) e das desigualdades sociais no mundo.

[3] A idéia sobre responsabilidade social vem crescendo desde 1990, mas idéias precursoras surgiram muito tempo antes. A primeira vez que se analisou o papel do capital no desenvolvimento da sociedade foi em 1929, na Alemanha, com o desenvolvimento de "função social da propriedade". Em 1960, nos Estados Unidos, iniciaram-se os movimentos pela responsabilidade social. No Brasil, em 1965, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) redigiu sua Carta de Princípios e, em 1978, apresentou uma proposta de Balanço Social. A partir de 1992, o conceito se disseminou bastante e com a *Eco-92* (da Organização das Nações Unidas) adveio a *ISO 14000*. Em 1999 surge o índice Dow Jones, de sustentabilidade, baseado em critérios econômicos, sociais e ambientais (*Revista Fórum*: outro mundo em debate, julh. 2004, p. 26-27). Diante deste contexto, as políticas de responsabilidade social passaram a ser fundamentais para o fortalecimento das marcas, sendo amplamente divulgadas e discutidas, não mais se restringindo às primeiras-damas ou às secretárias de assistência social. Conforme assevera Oded Grajew (presidente do Instituto Ethos de Responsabilidade Social, principal do Brasil, cujo objetivo é estimular, orientar e divulgar práticas de responsabilidade, portanto, não avalia ou mesmo certifica o comportamento das corporações filiadas a ele), o assunto hoje é discutido por presidentes de empresas, de países e primeiros-ministros (***Carta*** *Capital*, ago. 2004, p. 7). No Brasil, o movimento pela responsabilidade social tem avançado muito. Para se ter idéia, das 400 empresas certificadas pela SA 8000 – norma que verifica o bem-estar e as condições de trabalho – 51 encontram-se no Brasil (*Carta Capital*, ago. 2004, p. 6). Apesar deste avanço considerável, o Brasil continua apresentando dados bastante contraditórios na área social

Para tanto, seria fundamental desenvolver maneiras de fazê-lo sem que implique num custo insustentável. Primeiro, seria necessário uma conscientização dos próprios Estados a fim de pensarem, em

---

e trabalhista, ainda é, por exemplo, um dos campeões em acidentes de trabalho no mundo, de acordo com dados do Ministério do Trabalho, segundo o qual são registradas dez mortes por dia e 15 mil acidentes por ano, que impossibilitam o funcionário de retornar ao trabalho. As empresas brasileiras, em sua maioria estão longe de respeitar a diversidade de gênero e de raça – nas 238 empresas que publicam balanço social sob os critérios do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), somente 18% das mulheres e apenas 2% dos negros ocupam cargos de chefia. A disparidade salarial é outro problema: a diferença entre o salário mais alto e o mais baixo chega a 200 vezes. Concluindo essas críticas, as empresas brasileiras ainda têm uma visão muito compartimentalizada da responsabilidade social, além da hierarquização das decisões, posto que em 76,7% das empresas analisadas pelo Ibase, os projetos sociais são definidos pela direção da empresa, sem que haja participação e sugestões dos funcionários (***Carta Capital,*** ago. 2004, p. 6). O discurso da responsabilidade social está muito em voga, assim, tal qual adverte Paulo Nassar, professor da Escola de Comunicações e Artes da USP e presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), o que vai diferenciar as empresas é a sustentabilidade histórica. Segundo Nassar, uma pesquisa veiculada no *Meio & Mensagem* (nº 1.073), realizada pela professora Ana Cláudia Govatto, identificou o que ele chama de "bom-mocismo de gôndola". De 131 anúncios de 59 empresas filiadas ao Instituto Ethos, veiculadas nas principais mídias do país, 36% eram propaganda enganosa ou abusiva, 39% não apresentavam informações corretas e 10% ofereciam riscos à saúde e à segurança do consumidor. Apesar do longo caminho a percorrer os primeiros passos já foram dados no Brasil, a ponto de o tema ter levado a revista *Carta Capital*, junto com a Consultoria InterScience, realizar uma pesquisa no país sobre o crescimento da importância da responsabilidade social para a construção da imagem das empresas junto ao consumidor, veiculada numa edição especial da revista, publicada em agosto de 2004. Essa pesquisa deu origem a um ranking das 80 companhias e instituições mais socialmente responsáveis no país, dentre outros dados relevantes. As dez primeiras empresas brasileiras, por ordem decrescente são as seguintes: Natura; Petrobrás; Banco do Brasil; Nestlé, Rede Globo, Vale do Rio Doce (empatadas em 4º lugar); Bradesco; Itaú; Pão de Açúcar; Caixa Econômica Federal; Votorantim e Belgo Mineira. Questionado sobre a atuação social dessas empresas e bancos, Nassar avalia que a maioria apresenta resultados consistentes e chama algumas até de "entidades neogovernamentais", concluindo que **"a incursão das empresas nas causas sociais e nos temas que abarcam os grandes valores da civilização é uma forma que hoje se busca de modo a institucionalizar os negócios e, dessa maneira, legitimá-los. Esse tipo de legitimação teria substituído o sistema clássico que se baseava no direito natural de propriedade e na mão invisível do mercado."** (grifo nosso). (***Carta Capital*****,** ago. 2004, p. 7)**.** Os dados ora apresentados foram extraídos de reportagens veiculadas na *Revista Fórum*: **outro mundo em debate e na edição** especial de *Carta Capital*. *Cf.* SOUZA, Cylene. Puro Marketing? – Práticas de responsabilidade social corporativa podem ter um papel importante em parceria com ações de ONGs, mas não deixam de ser voltadas ao marketing. *Fórum*: outro mundo em debate, São Paulo, nº 18, p. 26-28, julh., 2004; Responsabilidade Social em evolução: pesquisa Carta Capital/ InterScience mostra que

conjunto, num pacote de medidas (com sanções e incentivos) a serem adotadas internamente, diminuindo, assim, a mobilidade das transnacionais que acabam se transferindo para os Estados que lhe dão vantagens absurdas a qualquer preço, geralmente, recaindo sobre o setor trabalhista, social ou ambiental. Num segundo momento, uma conscientização e cooperação dos consumidores, a partir de uma espécie de *marketing social*[4], onde estes dariam preferência as empresas que se adequassem ao perfil da solidariedade e responsabilidade social. Por fim, a implementação desses valores por parte das próprias empresas. De início a coisa poderia acontecer de forma tímida, porém, é provável que a partir da aderência de grandes conglomerados transnacionais, mostrando a viabilidade da proposta, se criasse uma espécie de círculo virtuoso que acabasse por impulsionar a adesão de um número cada vez maior de empresas. Uma mudança qualitativa da sociedade civil e do setor privado de produção, operando em busca de um mesmo ideal, se complementaria de forma que todos sairiam ganhando,

---

[4] Os entrevistados na pesquisa realizada pela Carta Capital/ InterScience – líderes empresariais, sindicatos, organizações não-governamentais, políticos, governo e imprensa – apontam a valorização da imagem em disparado, como o principal efeito que as ações sociais causam na marca de uma empresa. Em termos percentuais sobre valor gerado para a marca, esta pesquisa chegou a seguinte conclusão: valorização da imagem – 72%; respeito e credibilidade – 17%; bem-estar de funcionários e clientes – 8%; visibilidade – 3%; boas relações fiscais – 3%; outros – 10%. Responsabilidade Social em evolução: pesquisa Carta Capital/ InterScience mostra que caminhos trilharam as empresas mais responsáveis. ***Carta Capital*,** São Paulo, Edição Especial, nº 301-A, p. 11, ago. 2004. Assim, a empatia gerada no consumidor é a força motriz que, inicialmente, motivam as empresas. Em países como Austrália, Estados Unidos e Canadá, mais de 50% dos consumidores prestigiam empresas socialmente responsáveis, comprando seus produtos ou falando bem da corporação. No Brasil, 16% dos consumidores incorporam sua percepção sobre os valores da empresa na hora da compra, segundo pesquisa de Percepção do Consumidor Brasileiro realizada pelo Instituto Ethos de Responsabilidade Social. Esta pesquisa, realizada com pessoas de 18 a 74 anos de dez capitais do país, mostrou que 39% da população acreditam que as empresas, além de gerar lucros e empregos e respeitar as leis, devem trabalhar com valores éticos elevados, indo além do que é determinado por lei, ajudando ativamente a construir uma sociedade melhor para todos. A principal causa a ser abraçada pelas empresas, segundo 83% dos entrevistados, é a redução da desigualdade social. Assim, para os consumidores, as empresas deveriam agir para reduzir a pobreza (24%), melhorar a educação (20%) e a saúde (16%), prevenir a criminalidade (16%) e preservar o meio ambiente (16%). In: *SOUZA, Cylene. Puro Marketing? – Práticas de responsabilidade social corporativa podem ter um papel importante em parceria com ações de ONG´s, mas não deixam de ser voltadas ao marketing*. ***Fórum*:** outro mundo em debate, São Paulo, nº 18, p. 28, julh., 2004

transcendendo o paradigma da competitividade na construção de um paradigma de cooperação.

Todas essas formas de resistência são louváveis e, em grande medida, imprescindíveis na busca e construção de um mundo mais humano. Entretanto, somente uma alteração no padrão de consciência da humanidade poderá nos levar a um novo patamar de distribuição da riqueza. Enquanto riqueza for sinônimo de acumulação material e, esta, confundida com felicidade, muito não poderá ser feito, por mais que avancemos, estaremos longe de uma verdadeira revolução consciencial. Para tanto, será necessário repensarmos internamente nossos valores e, a partir desse refletir que se deve expressar na forma de pensamento resolutivo, passarmos a um agir positivo. Enquanto a acumulação de capital for o motor da história, qualquer mudança será simplesmente uma nova forma de estruturar os mesmos valores, sem nenhuma mudança na qualidade destes valores. Um mundo melhor - realmente igualitário - somente quando nos conscientizarmos da perversão que os nossos valores atuais provocam em boa parcela da humanidade e é bem possível que uma tal transformação paradigmática só venha a ocorrer após vivenciarmos essa forma egóica de produção capitalista e acumulação do capital de maneira tão extremada a ponto de não restar outra saída à humanidade que não seja uma mudança radical em seus valores mais intrínsecos. Talvez somente quando esta transformação se impor como necessária à própria sobrevivência da raça humana, quando muito além de uma opção simplesmente fraternal passe a ser percebida como opção *sine qua non* de sobrevivência.

Prognósticos de como se dará uma tal transformação em nossos valores intrínsecos não passam de mero exercício especulativo, entretanto, já não pairam dúvidas sobre a necessidade desta mudança. Esse padrão de vida extremamente material que vivenciamos requer um consumo muito veloz da matéria-prima ao redor do globo, extenuando a natureza como mantenedora desse sistema irracional de vida. Para além da *exaustão ecológica*, esse sistema está ocasionando uma *exaustão humana* – como é possível com toda a tecnologia que nos cerca sermos capazes de viver num mundo com uma parcela cada vez maior de total excluídos do sistema social?; como é possível continuarmos perpetuando um sistema socioeconômico que em nome da ganância se produz encima da exploração de seres humanos que

muitas das vezes já nascem (uma exploração da própria infância e juventude do ser humano) sem a mínima opção de cidadania?; o que esperar do futuro da humanidade se num período não muito longe essas crianças exploradas, cada vez em maior número, passarão a representar boa parcela dos habitantes adultos desse planeta?

Todo esse colapso na base do sistema social que vai se tornando cada dia mais desigual e, portanto, desumano, vai retornar para todos nós – que de uma forma mais ou menos ativa compactuamos com essa forma de estrutura social, até mesmo contra aqueles que resistem a ela – retornará a todos nós e nos atingirá indiscriminadamente. Se continuarmos caminhando nesse ritmo de degradação humana, nem toda a segurança "comprável" no mundo – tudo tem um limite – poderá nos garantir uma real segurança. A vida se tornará insociável. Cada vez mais nos "encastelaremos" dentro de nosso mundinho artificial, quão mais encastelados ficaremos, quão maior seja nossa capacidade de arcar com os custos necessários. Porém, a insegurança chegará a ponto do insuportável. Quiçá não precisemos vivenciar um mundo completamente subdividido em guetos para nos darmos conta do nosso erro de percepção. Entretanto, se chegarmos a esse ponto (quem viver verá), certamente não haverá escolha que não repensarmos os nossos valores a fim de construirmos um mundo onde seja novamente possível uma convivência pacífica entre nossos pares, onde o valor dado à vida humana finalmente seja maior que o valor conseguido com a exploração desta vida. Onde realmente possamos vivenciar a cidadania, onde finalmente seja possível que o óbvio seja enxergado pela maioria neste planeta: a felicidade é muito mais simples e muito menos "cara" do que nos parece a primeira vista.

Um novo mundo será possível quando formos um pouco mais tolerantes para sabermos conviver e administrar pacificamente as diferenças; menos materialistas para sabermos encontrar a felicidade numa forma mais sustentável de vida, com menos acúmulo material; menos individualistas para sabermos compartilhar com o próximo, sem explorá-lo ou extrair-lhe alguma vantagem por conta disto; enfim, mais lúcidos para conseguirmos respeitar nossos próprios limites e, por reflexo, os limites do planeta em que vivemos e dos outros seres humanos com que o dividimos.

Vivenciar momentos de revolução paradigmática dá margem a especulações sobre o porvir. Como não há respostas prontas, tampouco soluções únicas, tais propostas apresentadas são meras especulações, não poderiam deixar de ser assim. O caminho está sendo construído, portanto, sempre comporta mudanças. Para alguns, soarão como extremamente utópicas. Mas, para que servem as utopias senão para nos fazer seguir adiante? Se estamos a construir proposições para um "novo mundo", sem utopia voltaremos às velhas e já conhecidas soluções. Assim, fiquemos, de forma inconclusa, com as inquietantes palavras de Eduardo Galeano: "Si el mundo está, como está ahora, patas arriba, no habría que darlo vuelta, para que pueda pararse sobre sus pies?"[5]

[5] ***Patas arriba****: la escuela del mundo al revés*. Montevideo: Ediciones del Chanchito, 1998, p. 345.