

GRÊMIO Social-Esportivo-Recreativo SUDESTE - Promoção da Cidadania e Defesa do Consumidor

Rua Bento Coelho da Silveira 267 - CEP 04330-080 S. Paulo - SP - Tel/fax: (11)5565-5322/5671-0121

Internet: www.geocities.com/gremio_sudeste

e-mail: gremio_sudeste@yahoo.com

Vinculado ao Movimento Comunidade de Olho na Escola Pública - COEP - www.geocities.com/coepdeolho

Ofício Circular nº G05302

Ref.: Responsabilidade Social Enganosa;

Para: Assessorias de imprensa e comunidade em geral

S. Paulo, 01 de março de 2002.

Jabaquara - Cidade Livre

Responsabilidade Social Enganosa

Existem empresas que apenas pretendem formar uma posição mais positiva junto ao seu público interno e externo, e “demonstrarem sensibilidade para os problemas sociais” (...), “na perspectiva de que os consumidores seriam simpáticos a essas atitudes, adquirindo como consequência, produtos e serviços desses benfeitores aumentando-lhes as margens de lucro” (in Responsabilidade Social Enganosa – Prof. Romilson Marques Cabral - Mestre em administração rural, economista, professor da Universidade Federal Rural de Pernambuco - UFRPE).

O Grêmio aproveita este momento para fazer a crítica contra algumas “empresas” que estão propagando serem “responsáveis socialmente”, através de “propagandas milionárias”, mas não cumprem pré-requisitos básicos:

Programa do Ratinho: Sob a falsa proposta de prestar um serviço público (exame de DNA para comprovar paternidade), humilha pessoas e expõe seus filhos ao constrangimento público em rede nacional de televisão;

Fundação Abrinq: Embora se declare pelos direitos das crianças, propondo um selo “Empresa Amiga da Criança”, faz propaganda justamente nos intervalos do “Programa do Ratinho”, o qual inclusive já foi denunciado várias vezes por explorar as imagens das crianças;

Instituto Ethos: Prega a “responsabilidade social das empresas”. Trata-se de um instituto criado por empresários, visando “dar diretrizes sobre a política de defesa do consumidor”. Será que os “consumidores” se sentem bem representados pelos empresários? Também faz propaganda nos intervalos do “Programa do Ratinho”.

Paratodos (Empresas de Ônibus): Utiliza-se do selo “Empresa Amiga da Criança”, mas chegou a fazer campanha pela demissão em massa dos “cobradores” ao instalar as catracas eletrônicas. Além disso, criam enormes constrangimentos para as crianças quando estas “pretendem passar por baixo da catraca”.

Rede Globo de Televisão: Todo ano faz a campanha “Criança Esperança”, atropelando toda e qualquer Política Pública de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente. Omite a informação sobre os Fundos Municipais, Estaduais e Federal da Criança, os quais podem receber “doações” das pessoas físicas e jurídicas. Também existe a possibilidade de se indicar “1% do Imposto de Renda, devido à Receita Federal, para o Fundo da Criança; recurso este que somente poderá ser utilizado para programas e projetos previamente aprovados pelos Conselhos Municipais, Estaduais ou Federal do Direito da Criança;

Fundação Telefônica: Faz propaganda dizendo que financia projetos quando, na verdade, grande parte dos recursos são públicos (Descontados do Imposto de Renda). Além disso, pretende controlar os Conselhos Municipais do Direito da Criança e do Adolescente, indicando os programas nos quais os recursos do Fundo Municipal da Criança deverá ser aplicado. Isso significa “verba casada”, o que interessa exclusivamente às empresas.

Natura (Empresa de Cosméticos): Empresa que se notabiliza por divulgar projetos sociais em parceria com escolas públicas (Uma das patronas da Fundação Abrinq), mas que tem falhas nos procedimentos para com seus próprios funcionários: permite demissões de empregados com menos de um ano de casa mesmo sem que tenham sido feitas as avaliações propostas no momento da contratação.

Programa da Xuxa e Programa da Eliana: Exemplos de diversos programas pseudo-infantis que pregam o consumismo entre as crianças. Além disso, apresentam desenhos animados com cenas de violência nos intervalos.

Pampili (Empresa de Calçados): Utiliza-se de modelos-mirins para fazer a sua propaganda. Uma das “modelos” é apresentada em pose “sensual”, de biquíni e se maquiando, embora tenha 5 anos. Nota: esta empresa detém o selo “Empresa Amiga da Criança”.

Destacamos que o interessante para a comunidade é a atuação local da empresa: número de empregados arrematados na comunidade, projetos e programas desenvolvidos em parceria com agentes comunitários e o impacto ambiental que a atividade da empresa produz na região. A responsabilidade social deve ser entendida como uma atuação educativa empresa/comunidade.

O Grêmio está publicando este relatório preliminar para orientar um debate sobre a Responsabilidade Social das Empresas no Fórum Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente da Cidade de São Paulo (02/03/2002 – das 9h às 12h – Casa das Retortas – Rua da Figueira nº 77 – Pq. D. Perro II). Informamos que este tema está sendo orientado pela Sra. Sandra Joffre - Consultora do Grêmio para Assuntos de Responsabilidade Social Corporativa.

Mauro A. Silva (Presidente) – 5 anos de defesa contra abusos do Poder Público

Fechar a Febem/SP. Diga não à tortura.

