

<http://integracao.fgvsp.br/ano8/10/opiniaio.htm>

Eu consumo, logo existo – Seria esse um caminho para a inclusão?

*Renata Brunetti * e Antonio da Costa Ciampa ***

Assisti a uma conferência internacional – Oportunidades de Negócios e Inovação na Base da Pirâmide (30 de agosto de 2005); palestrantes nacionais e internacionais apresentaram sugestões e exemplos de ações que envolvem a tal Base da Pirâmide, ou seja, ações que envolvem as quatro bilhões de pessoas ao redor do mundo que sobrevivem com renda inferior a US\$ 1,5 mil por ano. Foi uma conferência importante e necessária por estimular a reflexão de temas de relevância como inclusão social e oportunidades de negócios, ilustrados por exemplos — que consideram positivos — de empresas que hoje desenvolvem suas ações produtivas de modo sócio e ambientalmente sustentável.

Na condição de psicóloga social atuando como consultora em desenvolvimento social, pareceu-me importante ressaltar a diferença entre criarmos oportunidades de negócios na base da pirâmide ou criarmos oportunidades de negócios para a base da pirâmide. Ou seja, pensarmos a diferença entre oportunidade e oportunismo. Preocupou-me a idéia — quase consensual nas discussões — de imaginarmos a base da pirâmide como uma oportunidade de negócio, um nicho de consumidores ainda não trabalhado, ao invés de imaginarmos oportunidades de negócios que promovam o desenvolvimento dessas pessoas e a sustentabilidade do novo consumo gerado por elas.

Tal reflexão reportou-me ao livro de Nicolau Sevcenko “A corrida para o século XXI: No loop da montanha-russa”, cuja leitura fiz há alguns anos. Sevcenko, ao comentar os limites de técnicas de comunicação, refere-se à artista norte-americana, Barbara Krugman, que, ao resumir o estado de espírito presente nos tempos atuais, arrisca-se a transformar a famosa máxima da filosofia ocidental “Penso, logo existo”, num slogan: “Eu consumo, logo existo!”.

Será que a conduta empresarial socialmente responsável que tanto buscamos desenvolver — que deve, sem dúvida, ouvir a base da pirâmide, conhecer suas carências e necessidades de forma a poder atendê-las — deveria focar sua atenção, como foi dito por alguns palestrantes, em criar novas necessidades, transformando-os em novos consumidores? Não deveríamos pensar em estratégias sustentáveis que atendam as inúmeras necessidades já existentes? Deveríamos pensar em desenvolver produtos que melhorem a qualidade de vida dessa população da base da pirâmide, produtos adequados à sua capacidade e necessidade de consumo e não enxergá-los como receptores de qualquer produto. Deveríamos pensar em uma “produção emancipatória” que permita um consumo também emancipatório.

Nesse sentido de uma produção consciente, já existem várias experiências de empreendedores sociais da Ashoka^[1] que trabalham a base da pirâmide como protagonistas. Ismael Ferreira, por exemplo, desenvolve um projeto, no sertão da Bahia, de geração de renda para 600 pequenos produtores de sisal. Hoje, com os recursos adquiridos na exportação de seus produtos, esses pequenos produtores conseguiram ir para um patamar mais elevado de renda. A Natura ao incorporar pequenos produtores da base da pirâmide em seu processo produtivo, também é um outro exemplo.

A partir desse tipo de produção emancipatória torna-se primordial perceber a diferença entre atender as necessidades de consumo da base da pirâmide e promover o consumismo na tal base.

Partindo do pressuposto de que cada esfera da sociedade é movida por lógicas diferentes e que a lógica do mercado é o lucro, como pensar em oportunidades para a base da pirâmide?

Habermas, filósofo alemão, considerado representante da 2ª geração da Teoria Crítica da Sociedade, aponta na direção de uma sociedade pós-convencional, constituída intersubjetivamente. Descreve a sociedade dividida em três grandes mundos. O mundo do mercado, o mundo do Governo e o mundo da vida. Cada um desses espaços é regido por normas próprias: o mercado, pelo capital, pelo lucro...; o governo, pelo poder, pela burocracia. E o mundo da vida é o cenário das relações interpessoais. Para preservar esses diferentes âmbitos, protegendo-os de outras lógicas não adequadas, acredita ser necessário a criação de normas que regulamentem intervenções.

Nesse sentido, cabe à comunidade, organizar instrumentos coletivos de pressão, por exemplo, regulamentar a participação das empresas na vida da comunidade. É o caso da Shell, na Holanda. A empresa tem uma verba de seu orçamento anual destinada a investimentos comunitários. No Brasil, ela não tem essa iniciativa. A sociedade holandesa foi capaz de negociar com a Shell, alegando que qualquer atividade produtiva gera resíduos, poluição, desgaste e, vamos dizer assim, perda de qualidade de vida. Então, a empresa precisa prover compensações investindo em projetos comunitários.^[2]

A chave, vamos dizer assim, de orientar para o social a ação das empresas é a existência de uma sociedade civil capaz de articular interesses, dos agentes econômicos e os dos cidadãos, através da adoção de políticas como a da Shell na Holanda.

Para tanto, é importante ter claro que o maior ou menor envolvimento de uma empresa não depende apenas de sua vontade; depende da capacidade de cobrança da comunidade na qual ela está inscrita e da criação de normas que regulamentem essa cobrança para todas as empresas do mesmo ramo: não se compromete, assim, sua competitividade.

Essas normas porém, definidas pelo consenso, no mundo da vida, não fazem parte das normas que regem os demais mundos (o mercado e o Governo). E é nesse sentido que o Direito pode transformar as definições do mundo da vida em leis, fazendo com que os demais mundos as atendam, independentemente de concordarem consensualmente com elas (as leis). O Direito agiria estrategicamente, para atender às necessidades da sociedade interpretadas comunicativamente.

Habermas comenta que, devido à impossibilidade de as pessoas agirem individualmente nessa direção, a solução estaria na criação de organizações representativas das necessidades da sociedade civil como um todo, ou seja, organizações fortalecidas pelo poder da solidariedade. Tais organizações deveriam se propor a fortalecer aqueles que não dispõem de poder do capital e da burocracia.

Portanto, a conscientização da sociedade em relação à necessidade de se tratar a base da pirâmide de forma diferenciada, protegida das ações estratégicas da lógica do mercado poderia ser um caminho para a inclusão.

^[1] Fundação internacional que apóia empreendedores sociais pelo mundo.

^[2] BRUNETTI, Renata M. O Captador de recursos: um novo personagem na constituição de uma sociedade emancipatória. 2003 – dissertação de mestrado – Núcleo de Identidade, Departamento de Psicologia Social – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP, São Paulo.

** Renata Brunetti é Doutoranda e Mestre em Psicologia Social na PUC/SP, Certificate in Fund Raising Management from The Fund Raising School at The Center on Philanthropy at Indiana University, certificada no MBA – Gestão e Empreendedorismo Social – FIA/FEA/USP, e consultora em desenvolvimento social e captação de recursos. – out 2005*

Novos endereços: renatabrunetti@atuacaosocial.com.br – www.atuacaosocial.com.br

*** Antonio da Costa Ciampa é psicólogo, Mestre e Doutor em Psicologia Social, professor do Programa de Estudos Pós Graduated em Psicologia Social – PUC/SP e autor do livro “A estória de Severino e a História da Severina”.*