

política

AS ESTRATÉGIAS E OS INVESTIMENTOS DA INDÚSTRIA DO TABACO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Socialmente responsável. Será?



Responsabilidade social, cidadania empresarial, ética corporativa. São numerosas as nomenclaturas para a prática que nos últimos anos se tornou quase obrigatória entre os mais variados tipos de organização. A indústria do tabaco não fica de fora dessa tendência. Considerando as implicações do produto e do processo de produção das indústrias do tabaco – no que se refere à saúde humana, impactos ambientais, relações de trabalho precárias no campo, entre outros aspectos –, a pergunta se torna inevitável: uma indústria de tabaco pode ser socialmente responsável?

O jornalista Wilson da Costa Bueno, professor da Universidade de São Paulo e da Universidade Metodista de São Paulo, tem comentários incisivos sobre o tema. “A utilização do argumento de responsabilidade social pelas

indústrias de tabaco deve ser encarada como mais um exemplo candente da chamada hipocrisia empresarial.”

Segundo Wilson, na prática, há um desvirtuamento do conceito de responsabilidade social, que é reduzido pela indústria tabagista e também por outros setores, como o agroquímico, farmacêutico e de fabricantes de armas e bebidas, a ações isoladas, quando efetivamente deveria ser assumido em sua plenitude, como filosofia de gestão. “A responsabilidade social da indústria tabagista é mais uma das farsas empresariais e evidencia a disposição de confundir a opinião pública, um autêntico e equivocado processo de ‘limpeza de imagem’ que deve ser sistematicamente repudiado”, opina.

Wilson aponta que a comunicação da indústria tabagista, respaldada no argumento da responsabi-

lidade social, ignora valores básicos como a ética e a transparência. “A tentativa de anular o efeito nefasto do cigarro pela divulgação de ações isoladas representa uma postura de empresas que insistem em mascarar os danos que seus produtos provocam na sociedade, em particular na qualidade de vida dos cidadãos”, pontua.

Tânia Cavalcante, chefe da Divisão de Controle do Tabagismo do Instituto Nacional de Câncer (INCA), afirma que a responsabilidade social tem sido usada como recurso das indústrias de tabaco para compensar o avanço nas restrições legais quanto ao uso de publicidade. Os objetivos seriam a formação de uma imagem positiva perante o público e o estabelecimento de diálogo com lideranças e formadores de opinião do governo, políticos e reguladores. “Em síntese, é uma ação de marketing”, aponta.

DANOS

Além dos males causados à saúde dos tabagistas, os danos à economia, ao meio ambiente e aos agricultores que plantam fumo também são amplos. No aspecto econômico, a associação entre tabaco e pobreza é destacada pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Em 2004, o Conselho Econômico e Social das Nações Unidas publicou uma resolução na qual reconhece o impacto social negativo do tabagismo para a saúde, a economia, o desenvolvimento e o ambiente. No processo de cultivo e tratamento das folhas, além do contato manual pelos agricultores, associado à doença da mão verde (um tipo de intoxicação causada pela nicotina), existe a necessidade de uso de fornos de secagem das folhas, movidos à queima de lenha ou carvão, o que implica a emissão de gás carbônico para a atmosfera.

No campo, também se multiplicam as denúncias de trabalho infantil e de relações de trabalho que geram a dependência do agricultor em relação às indústrias que compram as folhas de tabaco por meio de metas de produção e de acordos de preço. A socióloga Paula Johns, diretora executiva da organização não-governamental Aliança de Controle do Tabagismo, destaca que a responsabilidade social das indústrias de tabaco deveria começar no campo. “As relações trabalhistas são precárias. Existe exploração do agricultor, contratos de adesão, sujeitos ao preço estabelecido pela indústria. No relatório social das indústrias, o campo aparece como um cartão postal, mas a realidade das lavouras é de pobreza”, afirma.

INICIATIVAS

A equipe de reportagem da **Revista Rede Câncer** tentou ouvir as indústrias de tabaco. Por telefone, o escritório da Associação Brasileira da Indústria do Fumo (Abifumo), em Brasília, informou que a entidade não concede entrevistas, conforme previsto em seu estatuto, e indicou que as empresas associadas deveriam ser procuradas. A Souza Cruz, subsidiária da British American Tobacco, e a Philip Morris - as duas de maior porte no setor fumageiro no Brasil. As empresas foram contatadas, pelo menos, três vezes cada uma, mas não responderam às solicitações de entrevista. No *website* da Souza Cruz, no item referente à responsabilidade social, entre as ações destacadas estão iniciativas de erradicação do trabalho infantil, desenvolvimento social responsável, agricultura sustentável e biodiversidade. A companhia mantém, desde 2000, o Instituto Souza Cruz, que indica como sua missão “contribuir para educar e formar jovens empreendedores no meio rural brasileiro, através de iniciativas que potencializem seu protagonismo nos processos de desenvolvimento sustentável”.

Iniciativas como o Diálogos Universitários, da Souza Cruz, que leva palestras de profissionais de destaque em diversas áreas para universidades, são inseridas como ações de responsabilidade social. “A ação ocorre justamente nas universidades, onde estão os jovens, um dos nichos de consumo mais importantes para a indústria do tabaco”, pontua Tânia Cavalcante. O discurso de liberdade de escolha é o mais usado pela indústria do tabaco para justificar seu produto. “O argumento é de ser uma empresa legal, que paga seus impostos e vende um produto para maiores de idade. Mas esse argumento pode ser válido para um produto que torna dependente metade daqueles que o experimentam, sobretudo entre famílias de menor renda e escolaridade?”, questiona.

A Philip Morris ressalta em seu *website* as ações com foco no ambiente: “Desenvolvemos um programa abrangente sobre meio ambiente, saúde e segurança em todas as nossas fábricas. O programa exige que cada unidade monitore os impactos ambientais de suas operações, incluindo emissões de poluentes no ar, geração de resíduos e consumo de água”. O *website* também indica que a empresa realiza doações para instituições assistenciais sem fins lucrativos há mais de 40 anos, em cinco áreas: fome e pobreza extrema; educação; sustentabilidade ambiental e condições de vida em comunidades rurais; auxílio em catástrofes e violência doméstica. A meta consiste em “influir de forma essencial e positiva nas comunidades locais onde operamos e onde nossos funcionários vivem e trabalham”.

VERDADE

Tânia Cavalcante conta que a abertura de documentos internos da indústria do tabaco no final da década de 90 durante litígios judiciais nos Estados Unidos e no Reino Unido trouxe ao conhecimento do público uma série de estratégias de uso das ações de responsabilidade social como uma prática utilizada mundialmente pelas transnacionais de tabaco, em especial nos países mais pobres. “Nesses documentos, a responsabilidade social é apontada como uma das formas de intervenção nas políticas públicas de redução ao consumo do tabaco”, aponta. Tânia ressalta que o discurso que se pode observar nas ações de responsabilidade social das empresas de tabaco não tem nenhuma relação com o produto que a empresa vende. “Não há ações de responsabilidade social com relação aos problemas de saúde associados ao tabagismo, por exemplo”, afirma.

“Obviamente, os documentos internos que vieram à tona com as estratégias de mentiras deliberadas geraram uma imagem negativa para o público. A responsabilidade social é o caminho que as indústrias encontraram para se relacionar com a sociedade. Na verdade, não passa de propaganda”, diz Paula Johns. A socióloga considera que, quanto mais regulamentados a comercialização e o consumo do cigarro, mais a indústria tem a necessidade de garantir formas alternativas de atingir o público. “A indústria reconhece que vende um produto de risco, até mesmo porque, com todas as evidências que existem nesse sentido, seria inviável negar. Eles reconhecem que é um produto de risco, mas buscam compensar com outras ações”, pontua.

SUCESSO

Tânia ressalta, no entanto, que já existem restrições a essa estratégia da indústria do tabaco. No episódio de definição do Índice de Sustentabilidade da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), após grande pressão do INCA e de outras entidades, como o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), essas indústrias ficaram de fora da lista de empresas e corporações reconhecidamente com ações socialmente responsáveis.

Diversos acordos, tratados e documentos internacionais contemplam o controle do tabagismo. O principal é a Convenção-Quadro para o Controle do Tabaco, tratado internacional de saúde pública do qual o Brasil é signatário, que determina um conjunto de medidas para deter a expansão do consumo de tabaco e seus danos à saúde. No artigo 5.3, a convenção indica a necessidade de proteger as políticas de saúde pública dos interesses comerciais da indústria do tabaco. |

