



**FACULDADE DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS GAMALIEL –  
FATEFIG. CENTRO EDUCACIONAL E CULTURAL DA AMAZÔNIA – CECAM**

**UILSON DE SOUSA PEREIRA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: PERSPECTIVAS  
CONCEITUAIS E EXEMPLOS A NÍVEL DE BRASIL E O CASO DA  
ELETRONORTE TUCURUÍ-PA**

**Tucuruí-PA  
2019**



**FACULDADE DE TEOLOGIA, FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS GAMALIEL –  
FATEFIG.CENTRO EDUCACIONAL E CULTURAL DA AMAZÔNIA – CECAM**

**UILSON DE SOUSA PEREIRA**

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: PERSPECTIVAS  
CONCEITUAIS E EXEMPLOS A NÍVEL DE BRASIL E O CASO DA  
ELETRONORTE TUCURUÍ-PA**

Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade de Teologia, Filosofia e Ciências Humanas Gamaliel, – FATEFIG, como requisito para a obtenção do título de Bacharelado. Orientado pelo Professor e Mestre Anderson Kaleb Araujo Santos.

**Tucuruí-PA  
2019**

## **AGRADECIMENTOS**

Dedico esta conquista aos meus pais, pois nas horas difíceis sempre estiveram ao meu lado.

A Deus por ser a razão de meu viver.

A meus familiares que sempre estiveram comigo nesta caminhada.

A meu orientador pelo incansável

incentivo para que este trabalho chegasse ao fim, não medindo esforço para que eu pudesse tirar o melhor e maior proveito deste.

A todos que diretamente ou indiretamente contribuíram para que este trabalho chegasse ao final.

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: PERSPECTIVAS  
CONCEITUAIS E EXEMPLOS A NÍVEL DE BRASIL E O CASO DA  
ELETRONORTE TUCURUÍ-PA**

**Uilson de Sousa Pereira**

**RESUMO.** O estudo em questão vem analisar as perspectivas conceituais sobre a Responsabilidade Social dando exemplos de grandes empresas e as práticas da empresa Eletronorte no município de Tucuruí-Pa, pois essa temática nem sempre é colocada em prática nas organizações, em sua grande maioria o lucro é o centro de tudo. Mas quando uma empresa passa a exercer responsabilidade social sobre a comunidade ao seu redor, a realidade pode ser transformada por ações empresariais desenvolvidas em prol da comunidade. Este artigo se subdivide em tópicos que dão embasamento na sua construção. A primeira seção descreve o contexto histórico da responsabilidade social, a segunda seção aborda os conceitos bem como as definições estabelecidas por diferentes autores sobre o tema em questão, e a terceira seção é uma abordagem direta a respeito da responsabilidade social no Brasil e a atuação da empresa Eletronorte no município de Tucuruí-Pa. Busca-se por meio desta pesquisa demonstrar a importância da responsabilidade social empresarial, bem como sua relevância para a comunidade, identificando de que forma a comunidade é beneficiada pelas práticas realizadas pela empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social. Desenvolvimento comunitário. Ações comunitárias.

## INTRODUÇÃO

O estudo em questão vem analisar as perspectivas conceituais sobre a Responsabilidade Social dando exemplos de grandes empresas e as práticas da empresa Eletronorte no município de Tucuruí-Pa. A Responsabilidade Social nem sempre é colocada em prática por todas as empresas, em sua grande maioria o lucro é o centro de tudo. Mas quando uma empresa passa a olhar a comunidade ao seu redor como seus dependentes, a realidade pode ser transformada por ações desenvolvidas pela empresa em prol da comunidade.

Uma empresa que desenvolve ações em prol da melhoria da qualidade de vida na comunidade, tem maior valor e relevância aos olhos da sociedade e potencializa as possibilidades de possíveis investidores que veem nisso uma grande contribuição para a diminuição de casos como a marginalização de jovens, o desemprego e a violência. A valorização de pessoas passa a ser uma prioridade para a organização através de suas práticas de responsabilidade social assumindo um compromisso ético, moral e social para com a sociedade.

Este artigo se subdivide em tópicos que dão embasamento na sua construção. A primeira seção descreve o contexto histórico da responsabilidade social, dando ênfase em na construção e desenvolvimento do tema que foi evoluindo ao longo dos anos, a segunda seção deste artigo aborda os conceitos de responsabilidade social bem como as definições estabelecidas por diferentes autores, a terceira seção é uma abordagem direta a respeito da responsabilidade social no Brasil e a atuação de algumas empresas Brasileiras, e por fim é destacado a atuação social da empresa Eletronorte na cidade de Tucuruí-Pa.

A responsabilidade social leva em consideração os aspectos econômicos externos e as necessidades da comunidade em que a empresa está inserida no seu contexto geográfico para que suas ações se tornem eficazes e surtam resultados.

Para desenvolver este artigo foram utilizadas as pesquisas qualitativas, bibliográfica com pesquisas em artigos, sites e revistas a fim de levantar um maior acervo de informações possíveis acerca do assunto pautado buscando evidenciar com precisão o tema abordado.

Busca-se por meio desta pesquisa demonstrar a importância da responsabilidade social empresarial, bem como sua relevância para a comunidade que recebe as ações

desenvolvidas pelas empresas, identificando de que forma a comunidade é beneficiada pelas práticas realizadas pela empresa.

## **HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Observando-se o cenário mundial contemporâneo, percebe-se que no decorrer dos tempos ocorreram inúmeras transformações nos cenários: social, econômico, político e cultural na esfera global, com o passar do tempo o meio corporativo foi apresentando problemas com complexidade baixa e as vezes alta, no entanto sempre foram surgindo teorias para possíveis soluções em diferentes aspectos em meio as transformações que ocorriam e ocorrem, dentre as transformações ocorridas e surgimento de novas perspectivas e tendências surgiu a responsabilidade social.

Com o passar do tempo, surgiram as teorias ligadas ao fator humano. A teoria das Relações Humanas trouxe uma nova linguagem que passou a dominar o repertório administrativo: fala-se agora em motivação, liderança, comunicação, organização informal, dinâmica de grupo, etc. Os conceitos clássicos de autoridade, hierarquia, racionalização do trabalho, departamentalização, princípios gerais da administração, etc. passam a ser contestados ou criticados (CHIAVENATO, 2004, p.95).

A responsabilidade social foi pela primeira vez colocada em papel num manifesto de cerca de 120 industriais. O documento redigido fez menção aos dirigentes das indústrias na época de que é responsabilidade deles assegurar um equilíbrio democrático e justo tratando dos interesses dos públicos interno e externo, como também dos interesses de seus consumidores, de seus colaboradores, sócios e acionistas englobando todos os stakeholders

No entanto, o início das manifestações que levaram a defesa da ideia de responsabilidade social surgiram no início do século XX, com Charles Eliot (1906), L. Gulick (1907) e John Clark (1916) sendo eles americanos, e em (1923) com o inglês Oliver Sheldon (OLIVEIRA, 2000, p. 2).

Em 1923, Oliver Sheldon visava levar mais a fundo de forma abrangente a administração no livro de sua autoria “The Philosophy of Management”, com isso faria a correlação e o posicionamento da empresa junto a sociedade. Sheldon estabeleceu alguns princípios que objetivava dar equilíbrio nos aspectos da abordagem científica da produção e a responsabilidade social dentro da administração.

Desta forma o autor coloca como secundária a mecânica da produção quando relacionado ao elemento humano, assim Sheldon ampliou a abrangência do conceito de administração, fazendo com que não fosse limitada apenas a produtividade dentro da empresa, mas sim a uns determinados princípios e valores estabelecidos como relevantes pela e para a sociedade (ORCHIS; YUNG; MORALES, 2000, p. 4).

O setor administrativo tem um novo direcionamento que ganhou força após acontecer a primeira Guerra Mundial, deu-se em uma cooperação com grande intensidade entre indústria e comunidade guiada pela necessidade de reconstruir muitas nações que foram destruídas pela guerra.

Em meio período ocorreu um crescente aumento de associações de indivíduos na sociedade como associações em sindicatos, igrejas e/ou clubes de origem política, tais associações visavam não apenas melhoria das condições de trabalho, mas tinham o desejo de melhorar de forma geral a sociedade.

Com esse espírito de ajuda em conjunto que se deu início na sociedade em alinhamento ao conhecimento científico aplicado a administração, com base nas ideias de Sheldon, começa então a despertar a responsabilidade social nos objetivos empresariais (ORCHIS; YUNG; MORALES, 2000, p. 4-6).

Nos Estados Unidos precisamente na década de 1950, inicia-se uma discussão no meio empresarial e acadêmico sobre a importância da responsabilidade social por meio das ações de seus dirigentes. Logo no início da década de 1960, o tema começa a ganhar popularidade nos Estados Unidos. Com os acontecimentos e ocorrendo transformações sociais, os problemas socioeconômicos ganham destaque e, assim de uma forma ou de outra, torna o ambiente mais favorável à aceitação da ideia.

Já na Europa, as ideias de que tratam do tema responsabilidade social se multiplicam consideravelmente a partir da década de 1960, isso com base nas informações destacadas em artigos de revistas e notícias em jornais que enfatizam a grande novidade oriunda dos Estados Unidos.

Na mesma década, os autores europeus Kenneth, Vance Packard e Rachel Carson ganharam destaque apresentando problemas sociais existentes e as possíveis soluções para o problema. Nos Estados Unidos já no final dessa década, as empresas já passam uma preocupação com a questão ambiental como também passa a divulgar suas atividades no meio social (OLIVEIRA, 200, P. 2).

O agravante social de responsabilidade das empresas ganhou destaque após várias discussões a respeito do tema, algumas décadas forma necessárias no contexto histórico da historia das organizações para no futuro possa ser mais abrangente as realizações sociais oriundas diretamente de grandes organizações. Partindo de ideias e manifestos, chegamos à década de 1970, onde já se torna mais pautável a questão de obrigações das empresas.

A década de 1970 começa com a preocupação a respeito de como e quando a empresa seria responsável em responder por suas obrigações sociais. Demonstrar as ações empresariais torna-se de fundamental importância.

Durante a década, a ideia se espalha pelos países da Europa, principalmente nos meios empresariais e acadêmicos. O tema se desenvolve rapidamente na Alemanha, com aproximadamente cerca de 200 empresas, sendo as maiores do país, incorporando os balanços financeiros aos objetivos sociais, isso ocorria já no meio da década.

Mas o primeiro país a dá o passo oficial dentro da formalização é a França. Torna-se o primeiro país a tornar obrigação as empresas fazerem balanços periodicamente do desempenho social relativo à mão de obra como também as condições de trabalho (OLIVEIRA, 2000, P. 2-3).

Com todas as pressões que vinham ocorrendo no meio empresarial em decorrência da busca por novos aspectos que sofreram alterações econômicas e/ou social, na década de 1980 são discutido com maior intensidade as ideias que deram nome a responsabilidade social.

Na mesma década em países que vinham passando por democratização política, a responsabilidade social passa a ter correlação com a então importante ética empresarial e de forma mais humanizada é introduzida a qualidade de vida dos colaboradores no ambiente de trabalho (DE BENEDICTO, p.199, 2002).

Diversos autores renomados tiveram uma grande participação na construção do que chamamos hoje de responsabilidade social, foi na década de 1990 que as questões propriamente ditas “éticas e morares” nas organizações ganharam caracterização que envolveu questões de caráter social como: meio ambiente educação e diferenças sociais econômicas, assim houve crescente contribuição na definição do papel das empresas.

Atualmente com diversos movimentos sociais, cobranças do estado pela contribuição das empresas e a importância com que é vista as empresas que praticam responsabilidade social, as organizações assumem o termo que em alguns casos passa a ser



uma doutrina e cultura empresarial que o não fazer tira o sucesso da empresa (DE BENEDICTO, p.199, 2002).

Em uma época de complexidades, mudanças e incertezas como a que atravessamos nos dias de hoje, a administração tornou-se uma das principais áreas da atividade humana. Vivemos em uma civilização em que predominam as organizações e na qual o esforço cooperativo do homem é a base fundamental da sociedade. Chiavenato (2003, p.10):

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL**

Nos últimos tempos a Responsabilidade Social Empresarial tornou-se um fator gerador de competitividade em meio aos negócios, já anteriormente no passado, às organizações se tornavam competitivas basicamente pela diferenciação nos preços dos produtos ofertados, segundo Medeiros (2004) a Responsabilidade Social Empresarial passa a se tornar relevante a partir da década de 80, período no qual a sociedade iniciou um processo de questionamento a respeito dos efeitos causados pela globalização. Responsabilidade social é quando as empresas decidem, voluntariamente, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.

O conceito de responsabilidade social pode ser compreendido em dois níveis: o nível interno relaciona-se com os trabalhadores e, a todas as partes afetadas pela empresa e que podem influenciar no alcance de seus resultados. O nível externo são as consequências das ações de uma organização sobre o meio ambiente, os seus parceiros de negócio e o meio em que estão inseridos.

Segundo GRAJEW (2001), conceituar responsabilidade social baseia-se nos deveres que a empresa possui para com a sociedade. A responsabilidade social está crescendo e se aprimorando, sendo uma relação que tem firmado compromisso entre empresa e comunidade, para estender tudo que há nas relações da empresa: entre seus colaboradores, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, o meio ambiente e também outras organizações podendo ser públicas e estatais. Da mesma forma ASHLEY (2002) acredita que responsabilidade social é um conceito ainda em construção.

Chamberlain (1979), na sua definição de responsabilidade social, leva em consideração as ações realizadas pelos gestores da empresa diante de uma determinada

situação. Do mesmo modo, a ideia faz uma combinação com a de Bowen (1957), que era seu contemporâneo. Ainda explica que a responsabilidade social pode se tornar satisfatória quando se leva em consideração o ótimo desempenho frente as obrigações da empresa para com os indivíduos de maneira individual e não em conjunto com a sociedade como um todo.

Diferente as colocações diante deste ponto de vista, Frederick (1979) encherça a responsabilidade social como uma preocupação das empresas em relação as expectativas que o seu público espera. Assim seria, então colocada que a empresa deve fazer, a utilização de recursos disponíveis seja eles humanos, físicos e econômicos de forma mais ampla, contrariamente para satisfazer os interesses pessoais internos de pessoas ou mesmo das organizações em particular.

Os conceitos aqui citados levam o assunto a um patamar diferente, todos foram emitidos durante a década de 50, com isso observa-se uma polemica acerca do assunto, já que excepcionalmente neste contexto estão visivelmente defendidos dois pontos de vista contraditórios na abordagem do tema responsabilidade social.

De acordo com QUEIROZ et al:

A responsabilidade social corporativa é a característica que melhor define esse novo et hos. Em resumo está se tornando hegemônica a visão de que os negócios devem ser feitos de forma ética, obedecendo a rigorosos valores morais, de acordo com comportamentos cada vez mais universalmente aceitos como apropriados. As atitudes e atividades de uma organização, precisam desse ponto de vista, caracterizar-se por:

- Preocupação com atitudes éticas e moralmente corretas que afetam públicos/stakeholdings envolvidos;
- Promoção de valores e comportamentos morais que respeitem os padrões universais de direitos humanos e de cidadania e participação na sociedade;
- Maior envolvimento nas comunidades em que se insere a organização, contribuindo para o desenvolvimento econômico e humano dos indivíduos ou até atuando diretamente na área social em parceria com governos ou isoladamente.

A forma com que as empresas executam seus negócios irá definir sua Responsabilidade Social determinando a dimensão de suas ações no espaço em que atua. A responsabilidade social tem seu conceito relacionado diretamente com a ética como também a transparência na gestão dos negócios levando o gestor a refletir nas tomadas de decisões no dia a dia de sua gestão sejam elas decisão programadas ou não programadas.

Algumas vezes a Responsabilidade Social pode ser confundida em Filantropia, mas segundo descreve Neto e Froes (2001), o início se deu com práticas de ações filantrópicas, que aconteceu com a participação de empresários bem sucedidos que voluntariamente decidiram fazer retribuição à sociedade partilhando seus ganhos. Mas os autores fazem destaque que “a responsabilidade social é um estágio mais avançado no exercício da cidadania corporativa” (NETO E FROES, 2001, p. 26).

Responsabilidade social empresarial norteia as ações que uma organização desenvolve para melhorar a qualidade de vida da sociedade ou uma comunidade específica, contribuindo no seu desenvolvimento de maneira efetiva para minimizar os impactos causados no ambiente e na comunidade local, sendo assim, define-se:

Responsabilidade social pode ser definida como compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e sua prestação de contar para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas as suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável povos. (Ashley 2000, p. 6-7)

A Responsabilidade Social tem uma relação direta com a execução de ações cujo tenha natureza social, desde então são formuladas práticas responsáveis que envolvem sua rede de colaboradores, fornecedores e clientes, desta forma acontece uma melhoria consecutiva na qualidade de vida da comunidade em que a empresa ativamente participa. Portanto as ações referenciam a maneira como as empresas fazem a gestão de seus negócios, as análises utilizadas para tomada de decisões, suas prioridades com base em seus valores e não menos importante, o relacionamento da empresa com o público que a organização está interagindo.

Entender a relação humana e social de uma empresa implica em sua missão, visão e valores, pois as ações precisam está incorporada diretamente na dinâmica empresarial para que assim seus objetivos estejam ligados e alcance o objetivo. GRAJEW (2000, p. 43) afirma que “a responsabilidade social não é uma atividade separada dos negócios, mas sim a nova forma de gestão empresarial”.

MELO NETO E FROES (2001) relatam que as empresas que realizam práticas socialmente responsáveis, recebem um destaque maior pelo seu comportamento ético e social,

solidificando o comprometimento compromisso com a comunidade local, como também com seus colaboradores através de ações sociais onde o objetivo não se alto promover (marketing), e sim o desenvolvimento local.

A responsabilidade social não é feita apenas com a comunidade externa, mas também com a interna, ou seja, seus colaboradores, pois se trata de um setor de grande importância para o meio social em que a empresa está inserida, e qualquer empresa que adota este tema como um objetivo de trabalho a ser desenvolvido, conseqüentemente estará partilhando seus lucros diretamente com a comunidade na qual ela se dispõe a realizar atividades de responsabilidade social, seja ela externa ou interna.

Para isso responsabilidade social é vista: “como um compromisso da empresa com relação à sociedade e à humanidade em geral, e uma forma de prestação de contas do seu desempenho, baseada na apropriação e uso de recursos que originariamente não lhe pertencem” (Melo Neto e Froes, 2001, p. 84).

## **EMPRESAS QUE FAZEM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

A responsabilidade social em prática é agente integrador de ações que constroem e resgata valores da sociedade, por isso existem empresas que levam muito a sério a questão social e se dedicam para resgatar valores sociais, culturais e humanos.

Nesse sentido, buscou-se apresentar alguns dados de empresas que são referência na prática da responsabilidade social, bem como um panorama geral de algumas pesquisas feitas nesse sentido.

O SBT (Sistema Brasileiro de Televisão), empresa do Grupo Silvio Santos, é uma das principais emissoras do país. Há mais de 35 anos, compartilha alegria, entretenimento e informação com as famílias brasileiras de diferentes classes sociais. São 114 emissoras e 6 mil colaboradores espalhados por todo o Brasil prontos para levar notícias de qualidade e diversão garantida aos telespectadores (SITE SBT).

Todos que acompanham a programação da emissora de TV sabem das inúmeras ações de cunho social realizadas pela empresa direcionando ao seu público, podemos destacar a campanha gigantesca de arrecadação de fundos para manter milhares de crianças na Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), uma associação sem fins lucrativos

mantidos pela doação voluntária de ativos que surtam efeitos reparadores de assistência social para famílias que não tem condições de manter seus filhos em tratamento e desenvolvimento físico e pessoal de acordo com suas necessidades especiais a serem cuidadas.

O Teleton é uma maratona televisiva brasileira que é exibida anualmente pelo Sistema Brasileiro de Televisão que ocupa espaço na programação por cerca de 26 horas sem interrupções com a finalidade única, arrecadar fundos que mantem a AACD, e assim leva seus telespectadores a serem agentes de transformação através de suas pequenas doações, ainda no Teleton, empresas parceiras do sbt contribuem com cheques milionários que são entregues durante a programação de responsabilidade social. O sbt ainda atua com outras formas de responsabilidade social como: programas de estágio, menores aprendizes e PCD (pessoa com deficiência).

O banco Itaú é um dos maiores bancos privados do Brasil, a empresa tem o propósito de marca firmado no pilar de estimular mudanças com significados positivos na vida das pessoas causando impacto sobre a sociedade. Como uma das grandes empresas do país, o banco é mais uma das grandes organizações que trabalham a responsabilidade social empresarial.

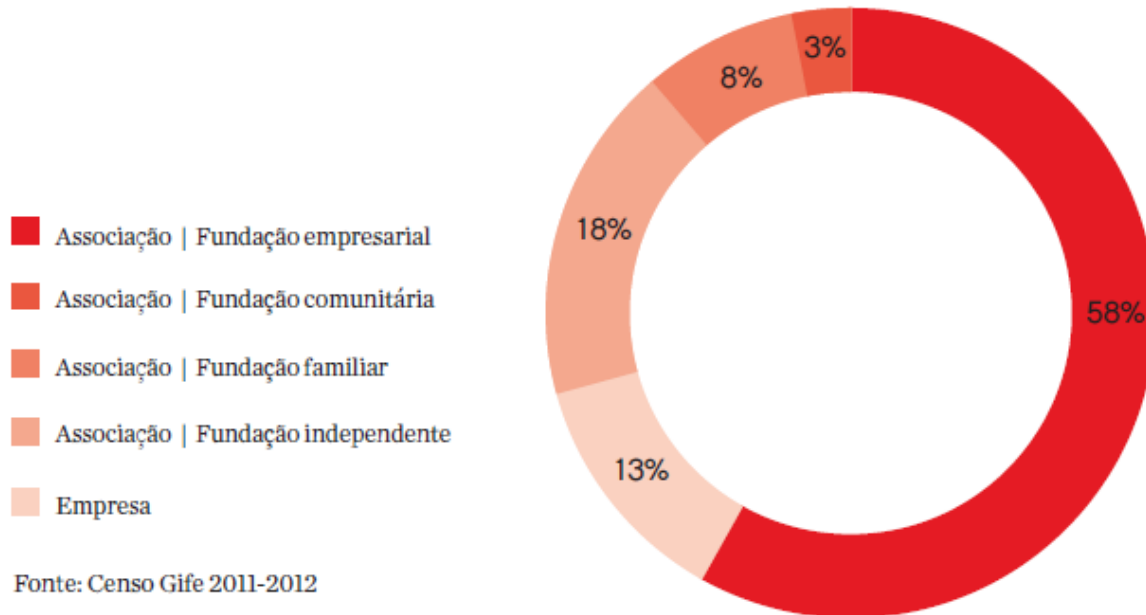
A instituição fundação Itaú Unibanco é o principal agente em responsabilidade social do banco Itaú, tendo sua área de atuação focada em desenvolvimento de programas educacionais. A “Fundação Itaú” é um agente transformador que trabalha em parcerias com órgão do governo, sua atuação está na formulação, implantação e na difusão em metodologias que visam a melhoria de políticas públicas abrangente na área (FUNDAÇÃO ITAÚ).

A Fundação conta com o desenvolvimento de vários programas que beneficiam as comunidades carentes como o programa Comunidade Presente, esse faz o uso de recurso financeiros investindo nas escolas públicas e organizações que trabalham com educação infantil e juvenil. Qualquer instituição que se enquadre nos quesitos exigidos pode fazer solicitação de recursos ao programa Comunidade Presente. (FUNDAÇÃO ITAÚ).

Através de uma pesquisa bibliográfica com a finalidade de mostrar alguns dados sobre investimentos sociais de empresas, encontramos algumas análises de grande importância do assunto, de autoria da empresa Market Analysis, devidamente referenciada no final do trabalho.

No livro “Investimento Social Privado no Brasil” (DEBONI, 2013) podemos ver alguns dados dos tipos de investidores sociais, como mostra a imagem a seguir:

## TIPO DE INVESTIDORES SOCIAIS



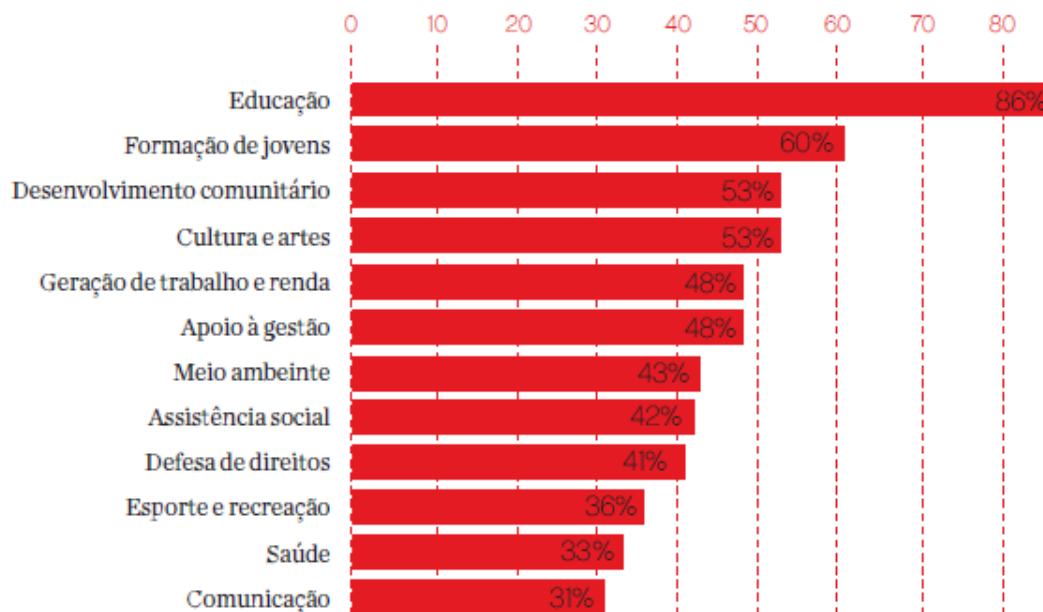
As fundações sociais são as que mais têm investido em questões sociais, fato esse animador. Mas vale lembrar que as fundações empresariais são ainda minoria no país, e essas ações são feitas por megaempresas como as citadas acima.

A realidade das empresas (que são maioria) é bem diferente, como demonstrado na pesquisa. Representa apenas 13% do total investido em questões sociais, o que é um percentual ainda muito pequeno diante do volume de empresas espalhadas pelo Brasil.

Sobre as áreas de atuação em que são feitos os investimentos sociais no Brasil temos:

A definição da área de atuação é fortemente influenciada pelo caráter empresarial do investimento social brasileiro. Os investimentos em educação, formação de jovens e geração de trabalho e renda, além de ter importância amplamente reconhecida para a transformação social no Brasil, são temas alinhados aos interesses privados das empresas e, em muitos casos, ao negócio. Outros temas alinhados ao negócio têm recebido espaço na agenda do investimento social, como o investimento em desenvolvimento local e em defesa de direitos, especialmente nas indústrias de base. (DEBONI, 2013. p, 22)

## NÚMERO DE INVESTIDORES POR ÁREA DE ATUAÇÃO



Fonte: Censo Gife 2011-2012

Dessa forma, podemos dizer que ainda há muito a ser feito para que as empresas entendam a grande importância de investirem em questões sociais. Contudo, percebe-se que muita coisa tem mudado e que no Brasil algumas empresas se destacam nesse sentido, percebendo o grande impacto que podem causar pra sociedade com suas boas ações sociais, e valorizando sua marca na opinião pública e diante de seus clientes e investidores. O Brasil ganha muito em todos os níveis quando as empresas entendem o seu papel na contribuição social com a sociedade, pois ajudar na mudança de realidade social da população é ajudar a construir um futuro melhor não apenas para as pessoas beneficiadas, como também para a empresa.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL EM TUCURUÍ-PA

Na cidade de Tucuruí localizada no sudeste paraense, está em operação uma das maiores usinas hidrelétricas do país, essa grande estrutura foi uma obra realizada e é administrada pela empresa Eletrobrás Eletronorte. Abaixo podemos conferir sua missão, visão e valores onde se pode observar que, desde seu planejamento estratégico está definido seu compromisso com responsabilidade social e valorização do desenvolvimento sustentável.

**Figura 1 - Planejamento estratégico " Missão, visão e valores"**



Fonte: (site Eletronorte: [agencia.eletronorte.gov.br](http://agencia.eletronorte.gov.br))

Ao longo dos anos de trabalho realizado, o reconhecimento tem acontecido, seja ele por meio da satisfação de seus clientes ou mesmo consumidor, quanto pelas premiações recebidas pela empresa, resultado de sua excelência na gestão empresarial.

Todas as conquistas alcançadas e reconhecimento conquistado, é resultado constante de suas ações comprometidas com o seu público de interesse e cultura organizacional, uma gestão de excelência, o respeito com a valorização das pessoas, compromisso, inovação e aprendizado, desenvolvimento de empreendimentos, ética e empresa transparente (ELETRO NORTE 2019).

São desenvolvidos diversos programas de responsabilidade social pela empresa na cidade de Tucuruí-Pa e nas cidades vizinhas que estão inseridas no seu ambiente de atuação, onde a comunidade é beneficiada diretamente e colhem frutos de investimento da iniciativa privada.

Um dos projetos que geram grande impacto na região, é o programa Jovem Aprendiz. Anualmente é lançado o edital de convocação de jovens que estejam cursando ensino médio em escolas públicas. O objetivo do programa é capacitar os selecionados em



cursos de áreas afins de atuação na empresa, tornado o participante qualificado para atuar no mercado de trabalho, promovendo suas habilidades técnicas em função da decorrência do período de vigência do contrato entre a empresa o aprendiz que foi selecionado durante o processo. Além da capacitação oferecida ao participante, ele contará com alguns benefícios como: bolsa auxílio, vale transporte, vale alimentação e seguro de vida (ELETRONORTE 2019).

Outro programa social que é realizado na região é o Programa de Patrocínio a Eventos do Setor Elétrico, que acontece anualmente. A empresa seleciona os projetos desenvolvidos que enfatizam o setor Elétrico, e se estiver dentro das exigências e normas estabelecidas pela empresa, o projeto é patrocinado pela mesma. Para participar é preciso ficar atento ao período de divulgação do edital que regulamenta as inscrições e seguir as orientações descritas no edital (ELETRONORTE 2019).

A empresa possui também um projeto chamado de Patrocínio Cultural, o Patrocínio Cultural abrange todos nacionalmente, um a vez que, as inscrições são feitas diretamente no site da empresa sem restrição de Estados ou Regiões.

De acordo com o site agencia Eletronorte:

O programa foi criado para ampliar o acesso aos investimentos das empresas Eletrobras em projetos de patrocínio cultural. Guiadas pelo princípio de valorizar ações culturais que apresentem inovação, criatividade e originalidade, constante em sua Política de Patrocínios, as empresas Eletrobras realizam, a 7ª edição do Edital do Programa Cultural das Empresas Eletrobras, selecionando e investindo em projetos de todo o país, nas modalidades de artes cênicas, audiovisual e fomento ao Patrimônio Cultural Imaterial.

Existem ainda programas de desenvolvimento sustentável, o Programa de Pesca e Ictiofauna. Esse programa é desenvolvido especialmente para quem vive da prática da pesca como meio de garantir a renda familiar, as pessoas beneficiadas são comunidades ribeirinhas.

De acordo com o site agencia Eletronorte:

Busca alcançar o desenvolvimento sustentável da pesca e melhoria da qualidade de vida das comunidades de pescadores no reservatório e no Rio Tocantins, a jusante da Usina. Em Tucuruí, mais de dez mil pescadores produzem seis mil toneladas de pescados por ano. O Programa envolve conservação das espécies de peixes e de seus *habitats*, gerenciamento do estoque pesqueiro, capacitação profissional para 3.500 pescadores e distribuição de alevinos de espécies regionais para projetos de criação de peixes em tanques-rede.

Entre as atividades de responsabilidade sociais já mencionadas, ainda existem outras ações que são praticadas. Existe ainda o Programa de Recuperação de Áreas Degradadas, segundo o site agencia Eletronorte:

Esse Programa prevê a recuperação de cerca de 340 hectares de áreas de empréstimo mineral que foram utilizadas pelas obras de implantação da barragem. Até o momento 90% da área encontra-se em processo de recuperação ativa, com cerca de cem espécies de plantas, entre arbóreas, arbustivas e herbáceas, produzidas nos viveiros da Empresa e plantadas com técnicas inovadoras como o uso de almofadas de compostagem, manejo de lixo orgânico proveniente da vila residencial da Usina e estímulo à ocupação pela fauna silvestre.

Atividades de responsabilidade social desenvolvidas pela empresa geram resultados que estimulam a comunidade a se desenvolver, seja desenvolvimento econômico, social ou sustentável.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O pensamento social sofreu uma crescente evolução ao longo dos anos, aos poucos a sociedade foi tomando consciência a respeito dos direitos e claramente dos valores sociais, como resultado de uma evolução declaradamente histórica e econômica na qual a sociedade passou, houve as transformações em todos os setores dos pilares que sustentam uma sociedade com isso surgiram diversas teorias e abordagens, como impacto social tivemos uma grande transformação no comportamento administrativo empresarial.

Com a decorrência das transformações as pessoas começaram a olhar a forma como as empresas agiam perante a sociedade e passaram a fazer questionamentos a respeito de suas ações que traziam impactos para a sociedade e que esses impactos fossem em favor da melhoria da qualidade de vida da, a cobrança por um posicionamento responsável das organizações foi instaurada e ganhou força com o passar dos anos.

O crescimento acerca do conceito de responsabilidade social como sendo um dever de ação da empresa, faz com que a organização passe a trabalhar não apenas com o único objetivo de gerar lucros, arrecadar, empregos e fazer produtos para consumo da sociedade. Vai, além disso, partindo dos conceitos de diversos autores, a responsabilidade social faz a empresa ser vista como um agente que realiza e promove ações que integram a

sociedade e leva a mesma a um novo rumo, tornando seu ambiente mais humano e melhor tendo um relacionamento transparente e ético quando se trata da conduta de promoção social.

Com base no levantamento bibliográfico sobre o tema abordado, podemos perceber que o termo “responsabilidade social” nem sempre significa a mesma coisa para todos. Isso decorre de todo apanhado histórico referente suas mudanças de abordagem ao longo dos séculos. Para muitos, representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal, enquanto para outros indica um comportamento responsável no sentido ético; para outros o sentido é de ser socialmente consciente.

A responsabilidade social de uma empresa deve está diretamente definida em seu planejamento estratégico, sua missão, seus valores devem ser condizentes com as práticas realizadas. Empresas que agem de maneira ética e fazem práticas de responsabilidade social tendem a obter melhores resultados junto a sociedade na qual é beneficiada por ela, as empresas que realizam as ações devem se manter atentas em manter seus valores presentes tanto nos seus negócios quanto na atuação social, uma vez que possa existir divergências em sua atuação, o efeito de uma empresa socialmente responsável pode ser vista de forma contraria ao esperado, é importante ressaltar que a qualidade dos serviços devem ser mantidas a qualquer custo, seja ele social ou não.

Existem milhões de empresas no mundo, mas nem todas praticam a responsabilidade social, a importância maior é sempre o lucro, não importa a quão rica a empresa esteja. Mas quando uma empresa se torna socialmente responsável, mudanças acontecem radicalmente através de suas ações que beneficiam a comunidade, isso se torna uma das grandes forças dentro de uma organização, seu potencial cresce para realizar as mudanças que transformam seu ambiente interno e externo. A partir do momento em que as empresas passam a fazer seu trabalho social, as mudanças são vistas trazendo um grande impacto positivo tanto para a sociedade como para a empresa.

Quando uma empresa se denomina como uma que trabalha na realização de projetos de desenvolvimento social, ela está dizendo que tem uma preocupação e decidiu olhar a comunidade que está inserida em seu meio como uma das prioridades, mesmo que parte das ações possa ser visando maximizar seus ganhos em ativo e ser mais competitiva no mercado. Com a responsabilidade social todos ganham.

A preocupação com a comunidade traz motivação para o público interno, um novo olhar sobre a imagem da empresa, o consumidor reconhece a empresa e tem satisfação em consumir de lá, e ainda ganha à comunidade como defensora. Assim muitas empresas têm

diferentes motivos que levam a acreditar na importância de se realizar responsabilidade social e estes são alguns deles.

Os maiores beneficiados pelas ações de responsabilidade social são pessoas sem o básico que não tem condições financeiras de conseguir estudar, tratamento de saúde, moradia, auxílio jurídico em questões judiciais, e principalmente dignidade. Benefícios direcionados a essas pessoas mudam vidas, geram oportunidades e possibilitam que as pessoas alcançadas por essas ações se tornem profissionais e cidadãos melhores, construindo uma sociedade melhor com recursos próprio da empresa, tais ações contribuem na construção de uma sociedade mais justa, dando uma assistência à parte sem ligação direta com o Estado.

Responsabilidade social não se trata de momento, mas de uma realidade atuante em no meio empresarial, que implica diretamente nas alterações do desenvolvimento das organizações e sociedade, sendo um fator presente durante as decisões da alta administração dentro da empresa levando em consideração o relacionamento com a sociedade e seu desenvolvimento.

O desequilíbrio social no Brasil e no mundo é um agravante de infinitas ações e para muitos pode não ter mais uma solução, colocar em pauta a gravidade dos problemas sociais é o começo para gerar as mudanças necessárias partindo das organizações para a sociedade, como vem acontecendo ao longo da história e é assim que mudanças aconteceram e continuam acontecendo, os avanços tecnológicos, as mudanças organizacionais, o novo modelo de gestão e as transformações sociais, tudo está relacionado ao que cada um pode fazer para mudar a realidade, seja pessoa física ou jurídica, pequenas ou grandes empresas de diferentes segmentos, não importa, pois a verdadeira transformação positiva da sociedade está nas atitudes de cada um em particular ou em conjunto, a responsabilidade social é um pequeno passo que gera grandes transformações.

## REFERÊNCIAS

AACD. **Vida é Movimento**. 2019. Disponível em: < <https://aacd.org.br/>>. Acesso em: 12 Nov. 2019.

ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, p. 205, 2002.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2000.

CHAMBERLAIN, Neil W. **Responsabilidade social e greves**. Apud Zenisek, Thomas J. Responsabilidade social corporativa, uma conceituação baseada na literatura organizacional. *Academy of Management Review*, 4 (3): 361, 1979.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, p.10, 2003.

CHIAVENATO, **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 3ª ed. Ver. E atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, p.95, 2004.

DE BENEDICTO, S. C. **A Responsabilidade Social das Empresas**: uma relação estreita com a educação. Lavras, UFLA/DED, 2002. 199 p. (Monografia de Especialização em Educação).

DEBONI, Fábio. **Investimento Social Privado no Brasil**. Brasília: InstitutoSabin, 2013. Disponível em: <<http://marketanalysis.com.br/wpcontent/uploads/2014/07/Tend%C3%9Ancispe rcep%C3%A7%C3%B5es-e-perspectivas-da-sustentabilidade-no-Brasil.pdf>>. Acesso em: 12 Nov. 2019.

DUBRIN, A. J. **Princípios da administração**. 4. ed., Rio de Janeiro: LTC, n.p, 1998.

ELETRONORTE. **Agência**. s/p. Disponível em:  
< <http://agencia.eletronorte.gov.br/site/eletronorte/>> Acesso em: 14 Nov. 2019.

ELETRONORTE. **O caminho da excelência**. s/p. Disponível em:  
< <http://agencia.eletronorte.gov.br/site/eletronorte/missao-visao-e-valores/>> Acesso em: 14 Nov. 2019.

FREDERICK, William. **O crescimento da responsabilidade comercial**, Apud. Zenisek, Thomas J. op. citop. 361.

FUNDAÇÃO ITAÚ UNIBANCO. **Institucional**. 2019. Disponível em:  
< <https://www.fundacaoitauunibanco.com.br/institucional>>. Acesso em: 12 Nov. 2019.

GRAJEW, Oded. **Negócios e Responsabilidade Social**. São Paulo: Axis Mundi, 2000.

LAKATOS, Eva Marina; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987. 198 p. MATTOS, Antonio Carlos M.. Sistema de Informação: uma visão executiva. São Paulo: Saraiva, 2005. 223 p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; LINTZ, Alexandre. **Guia para elaboração de monografia e trabalho de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2009.

MELO NETO, F.P; FROES, C. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Ed. Qualitymark, RJ, 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: A Administração do Terceiro Setor**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, p.84, 2001.

OLIVEIRA, F. R. M. **Relações públicas e a comunicação na empresa cidadã**. São Paulo: UNESP, p.2, 2000 (Monografia). Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br>>. Acesso em: 01 agos. 2019.

ORCHIS, M. A.; YUNG, M. & MORALES, S. **Impactos da responsabilidade social nos objetivos e estratégias empresariais**. São Paulo: FAAP, p.4, 2000 (Monografia). Disponível em: <<http://www.valoronline.com.br>>. Acesso em: 01 agos. 2019.

QUIEROZ, A. *Ética, valores e cultura: especificades do conceito de responsabilidade social corporativa* In: **Ética E Responsabilidade Social Nos Negócios**, 2<sup>a</sup> ed. São Paulo: Saraiva, n.p, 2005, cap.1.

SBT. **Institucional. Quem Somos**. 2019. Disponível em: <<https://www.sbt.com.br/institucional#quem-somos>>. Acesso em: 12 Nov. 2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2000.