

DANIELA MARTINS LEMOS

**VOLUNTARIADO EMPRESARIAL: UMA EXPERIÊNCIA NA CELESC-
AGÊNCIA REGIONAL DE FLORIANÓPOLIS**

DEPTO. SERVIÇO SOCIAL
DEFENDIDO E APROVADO
EM: 27/02/03


Prof.^a Krystyna Matys Costa
Chefe do Depto. de Serviço Social
CSE/UFSC

FLORIANÓPOLIS
2003

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO

DEPARTAMENTO DE SERVIÇO SOCIAL

**VOLUNTARIADO EMPRESARIAL: UMA EXPERIÊNCIA NA CELESC-
AGÊNCIA REGIONAL DE FLORIANÓPOLIS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de Serviço
Social da Universidade Federal de Santa
Catarina para obtenção do título de
Assistente Social, orientado pela
Professora Rosana de Carvalho Martinelli
Freitas.

DANIELA MARTINS LEMOS

FLORIANÓPOLIS, FEVEREIRO DE 2003.

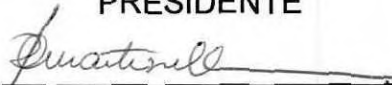
DANIELA MARTINS LEMOS

**VOLUNTARIADO EMPRESARIAL: UMA EXPERIÊNCIA NA CELESC-
AGÊNCIA REGIONAL DE FLORIANÓPOLIS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Serviço Social da Universidade Federal de Santa Catarina para obtenção do título de Assistente Social, orientado pela Professora Rosana de carvalho Martinelli Freitas.

BANCA EXAMINADORA

PRESIDENTE



Rosana de Carvalho Martinelli Freitas

1º MEMBRO

Teresa Maria Bugmann Ramos

2º MEMBRO

Ana Maria Warken do Vale Pereira

***Dedico este trabalho à minha mãe e irmãos
pelo amor, atenção e paciência que sempre dedicaram a
mim.***

AGRADECIMENTOS

- Agradeço primeiramente a Deus por ter me dado vida e saúde, para continuar vivendo.
- Aos espíritos de luz que nos iluminam e nos protegem.
- À minha mãe, exemplo de superação, a quem dedico toda minha admiração, amor e carinho.
- Às minhas irmãs Alessandra e Fabiana pelo amor incondicional e pela atenção sempre dedicada a mim.
- Ao meu irmão Bruno, por quem tenho um amor imensurável.
- Aos meus sobrinhos Leonardo e Maria Júlia, que apesar de serem tão pequenos, conseguem trazer alegrias imensas em minha vida.
- Aos meus cunhados Robles e Márcio por tudo que já fizeram por mim.
- Ao meu primo Luciano (*In Memoriam*), por me mostrar que existem anjos aqui na terra.
- Às amigas: Soraia, Sabrina, Saionara, Beatriz e Michele pelo estímulo que sempre me deram e pelas alegrias e tristezas que juntas dividimos.
- Às companheiras de curso, Joice, Leila e Renata, pela amizade tão bonita que se criou.
- Ao João, por ser uma pessoa especial em minha vida e por todo o apoio que dedicou a mim nesta caminhada.
- À Teresa e Marlene, não somente pela oportunidade de crescimento que me proporcionaram, mas também, pela semente da verdadeira amizade que plantaram em meu coração.
- À minha orientadora Rosana, por ter me dedicado seu tempo e atenção e por ter aguçado ainda mais em mim a vontade de crescer profissionalmente

Dedico a todos vocês este momento tão importante e decisório em minha vida.

Obrigada!

Descobri como é bom chegar quando se tem paciência, e para chegar onde quer que seja, aprendi que não é preciso dominar a força, mas a razão. É preciso, antes de mais nada, querer. (AMYR KLINK)

SUMÁRIO

Lista de Siglas	9
Lista de quadros	11
RESUMO	12
ABSTRACT	13
APRESENTAÇÃO	14
Capítulo I	
1. MUDANÇAS ORGANIZACIONAIS E RESPONSABILIDADE SOCIAL	
1.1.Mapeando o debate sobre as mudanças organizacionais	16
1.2.Responsabilidade social	27
1.2.1.Responsabilidade social, ética e marketing social	38
1.2.2.Responsabilidade social no Brasil, instituições pioneira e certificações.....	43
1.2.3.Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e Balanço Social ...	50
Capítulo II	
2. AÇÕES FILANTRÓPICAS E VOLUNTARIADO EMPRESARIAL	
2.1. Ações filantrópicas e voluntariado no Brasil.....	56
2.2. Voluntariado empresarial	66
Capítulo III	
3.CELESC, SERVIÇO SOCIAL, RESPONSABILIDADE SOCIAL e VOLUNTARIADO	
3.1. A Celesc	71
3.1.1. Responsabilidade social na Celesc.....	74
3.1.2. O Serviço Social na Celesc.....	89
3.1.3.Assistente Social, Responsabilidade Social e Voluntariado.....	95
3.2. Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”.....	100
3.2.1. Metodologia da Pesquisa	104
3.2.2. Análise do Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”.....	105

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
5. REFERÊNCIAS	128
6. ANEXOS	133

LISTA DE SIGLAS

ABRADEE – Associação Brasileira de distribuidores de Energia Elétrica

ABECELESC – Associação Beneficente dos Empregados da Celesc

ANEEL- Agência Nacional de Energia Elétrica

ARFLO – Agência Regional de Florianópolis

ABA - Associação Nacional de Anunciantes

CELESC - Centrais Elétricas de Santa Catarina

CELOS - Fundação Celesc de Seguridade Social

CIPA – Comissão Interna de Prevenção a acidentes

CCS - Conselho Comunidade Solidária

CCQs – Círculos de Controle de Qualidade

DPCP – Departamento de Capacitação de Pessoal

DVCL – Divisão Comercial

DVDI – Divisão de Distribuição

DVAF – Divisão de Administração Financeira

DVOM – Divisão de Operação e Manutenção

FIESC – Federações Indústrias do Estado de Santa Catarina

FIDES- Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social

FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

GAM- Grupo de Ajuda Mútua

GT – Grupo de Trabalho

GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IVA/SC - Instituto Voluntários em Ação/ Santa Catarina

INTERCEL – Intersindical dos Eletricitários

IBQN – Instituto Brasileiro da Qualidade Nuclear

LBA – Legião Brasileira de Assistência

ONU – Organização das Nações Unidas

ONG – Organização não-governamental

PNQ – Prêmio Nacional da Qualidade

PROCEL – Programa de Conservação de Energia

PPTA – Programa de Prevenção e Tratamento das Adcções

RBS – Rede Brasil Ssul de Comunicação

SAC – Serviço de Atendimento ao Cliente

SESMT – Serviço de Segurança e Medicina do Trabalho

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – As Diferenças entre filantropia e responsabilidade social.

Quadro 2 – Conceitos de responsabilidade social corporativa.

Quadro 3 – Ética da responsabilidade e da irresponsabilidade social.

Quadro 4 – Nova racionalidade Social.

Quadro 5 – As ações do Serviço Social na Celesc/ARFLO

RESUMO

Este trabalho monográfico tem o propósito de analisar a questão da responsabilidade social empresarial a partir do entendimento sobre o voluntariado empresarial, mais especificamente a partir do Programa de Voluntariado desenvolvido pela Centrais Elétricas de Santa Catarina – Celesc, Agência Regional de Florianópolis – ARFLO, o qual foi implementado a partir do mês de dezembro de 2001.

Para isso, elaborou-se uma revisão bibliográfica sobre os referidos temas, constatando-se que ambos são motivo de discussões na sociedade em geral e no âmbito acadêmico em especial.

A pesquisa possui um caráter exploratório e para seu desenvolvimento foram entrevistadas quinze pessoas envolvidas com o Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”. Utilizou-se o questionário como instrumento para a obtenção de informações referentes ao grau de satisfação da Empresa, funcionários voluntários e Comunidade Vila Aparecida com o Programa, os aspectos motivacionais para efetuação de tal, bem como sua forma, seu conteúdo, entre outros.

Várias análises são feitas a partir das respostas dos entrevistados, destacando a diversidade de opiniões em torno do tema, questionando muitas vezes o discurso dessa onda emergente do terceiro setor, bem como relacionando-a, à prática, para manutenção do senso crítico.

ABSTRACT

This work has the purpose of analyzing the subject of the managerial social responsibility starting from the understanding on the volunteer managerial, more specifically starting from the Program of the volunteer developed by the Central Eletric of Santa Catarina Celesc, Agency Regional of Florianópolis – ARFLO, which was implemented starting from month of December of 2001.

For that, a bibliographical revision was elaborated on them referred themes, being verified that both are un general discussion reason in the society for and in the academic ambit in especially.

The research has na exploraty character and for its development fifteen people involved with the Program “ ARFLO VOLUNTÁRIA” were interviewed the questionnaire was used with instrument for the obtaining of referring information to the satisfaction degree with the Program, on the part of Company, voluntary employees and Community Vila Aparecida, motivational aspects to be done as well as its form, its content, among others.

Several analyzes are done starting from the interviewees, answer, highlighting the diversity of opinions aroud the theme, questioning many times speech of that emergent wave of the third section, well with relating it, to the *practice for maintenance of the critical sense.*

1. MUDANÇAS ORGANIZACIONAIS E RESPONSABILIDADE SOCIAL

1.1. Mapeando o debate sobre as mudanças organizacionais

A ênfase nas relações humanas, determinante chave das empresas atuais, surgiu como resultado de uma série de fatores que reconhecem o ser humano como parte primordial para o aumento da produtividade e conseqüentemente dos lucros.

Inúmeras mudanças ocorreram nas organizações até chegarmos à situação atual. Neste capítulo será efetuado um breve relato das principais mudanças sofridas pelas empresas, Estado e Sociedade civil desde o século XIX até o debate atual das organizações.

Nos últimos séculos várias teorias administrativas foram surgindo, na tentativa de solucionar os problemas da administração.

Segundo Koontz e O'donnel (1962), os estudos sobre as teorias da administração tiveram seu início no final do século XIX e início do século XX, mas seus fundamentos filosóficos datam da antigüidade.

A Organização militar é uma forte influência até hoje, sendo que muitas organizações atuais incorporaram seus princípios e algumas de suas normas administrativas.

Embora a organização militar pareça ter permanecido bem simples até recentemente, sendo limitada principalmente a refinamentos da autoridade escalar nas relações, os exércitos vêm através dos séculos, melhorando as técnicas de direção. Os antigos exércitos, mesmo aqueles compostos de mercenários, eram caracterizados por boa moral e relações complementares entre os objetivos de grupo e do indivíduo. (KOONTZ e O'DONNEL, 1962, p.20)

As organizações militares têm aplicado outros princípios da administração como a *assessoria geral*, originada nos exércitos prussianos do século XIX, sendo

que, desde Frederico o Grande da Prússia, que reinou de 1740 a 1786, herdando um exército composto por “uma massa de pessoas sem princípios”. (MORGAN 1996 apud MENEGASSO, 1998, p. 1) se dispôs a superar tal situação através de reformas para transformar o exército em instrumento confiável e eficiente. Introduziu a padronização de regulamentos, a especialização crescente de tarefas, o uso de equipamentos padronizados, a criação de linguagem de comando e o treinamento sistemático.

Sendo assim, a idéia de grupo organizado por um chefe, “protótipos da organização mecanicista.” (MORGAN, 1996 apud MENEGASSO, 1998, p.2), tornaram-se características essenciais das empresas privadas e militares.

No decorrer do século XIX foram desenvolvidas várias outras idéias, onde mais tarde Taylor iria utilizar como base da administração científica.

Dentre as maiores influências estão Smith (1776) e os economicistas Ricardo (1817), Malthus (1820), Mill (1826) e Newmann (1835).

A partir da revolução industrial e suas conseqüências, surgem os princípios de Taylor, aos quais deram maior ênfase na supervisão da fábrica. A preocupação de Taylor era com a eficiência dos trabalhadores e a tarefa do administrador na produção de mercadorias, o que mais tarde veio a ser chamado de Administração Científica.

Taylor via em seu sistema a chave de algo muito mais importante do que o bom funcionamento das empresas industriais. Para ele, a administração científica poderia conduzir a humanidade a dias muito melhores, talvez a um estágio de abundância, talvez à solução de todos os conflitos entre o capital e o trabalho. (SILVA, 1960, p. 23).

Silva (1960) enfatiza que com a Primeira Guerra Mundial, a qual modificando a conjuntura americana, criou condições para que o Taylorismo se estendesse e

tomasse força não só nos Estados Unidos mas em todos os países que sofreram as pressões da guerra.

Paralela a esta teoria está o Fayolismo, o qual difere do Taylorismo em alguns pontos, mas complementando-se em muitos aspectos.

O pensamento de Fayol (1918), foi chamado de Teoria Administrativa tendo a organização partindo do topo para a base, sendo que Taylor dava maior ênfase na organização de base para o topo.

Após o surgimento das teorias clássicas, com a organização formal consolidada, tendo-se como foco o sistema de produção, surge a psicologia, *aplicando seus princípios às formas organizacionais.*

Iniciando-se com Tead (1920), o qual deu ênfase a psicologia do operário, apontando suas ambições, temores e sua realização no trabalho, salientou a importância do conhecimento humano para eficácia da administração empresarial.

Tentou mostrar que a compreensão do comportamento administrativo deve partir do conhecimento da natureza humana. Apregoava que a empresa não é regida por um único objetivo do lucro, mas sim por um conjunto dinâmico e variável de objetivos. O pressuposto por ele defendido era que o administrador devia ser um profissional e um educador, considerando que seu papel na influência exige uma contínua e intensa atividade educativa. (MENEGASSO, 1998, p.7)

Barnard (1938) trouxe a idéia de organização como sistemas cooperativos e não produto de técnicas mecânicas. Após a Grande Depressão e o desemprego em massa, a idéia de sistema cooperativo foi de grande relevância, onde o autor salienta como diferencial, a vontade, a cooperação, a comunicação, a autoridade, o processo decisório e o equilíbrio dinâmico.

A importância dada à parte humana da empresa, após a aplicação do taylorismo, deveu-se ao conflito estabelecido entre empregados e donos do capital,

ocasionando o surgimento da Teoria das Relações Humanas, tendo Elton Mayo (1933) como precursor.

A Teoria das Relações Humanas, visava democratizar os conceitos administrativos e para a suplantação das limitações das perspectivas das teorias clássicas de administração, conforme coloca Menegasso (1998).

A Pesquisa Hawthorne (1927-1932) realizada na fábrica Western Electric Company em Chicago tinha como objetivo investigar as condições de trabalho e incidência de fadiga e monotonia nos empregados, onde, no decorrer dos estudos abandona-se a filosofia taylorista para dar enfoque a outros aspectos relacionados ao trabalho. "Com Hawthorne, descobriu-se a importância do grupo para o indivíduo e o sentimento de grupo de que cada ser humano é imbuído quando trabalha em ambientes formais de produção." (MENEGASSO, 1998, p. 8).

A partir destes estudos, os aspectos motivacionais ligados ao trabalho, passaram a ser reavaliados, destinando-se maior ênfase às relações interpessoais e à importância do sentimento de grupo nas organizações.

Desde então, as questões relacionadas à parte humana das empresas passaram a servir como base para várias teorias administrativas.

Após a Segunda Guerra Mundial (1945-1973), várias outras mudanças foram ocorrendo, entre Estado, empresas e Sociedade civil.

Do início da Segunda Guerra até a década de 60, a sociedade capitalista desenvolvia-se nos princípios de Bem-Estar Social, o sistema Fordista-Keynesiano, fundado por Henry Ford, aliando acumulação de capital e mecanismos de proteção social, tendo como base "um conjunto de práticas de controle de trabalho,

tecnologias, hábitos de consumo e configurações de poder político-econômico”. (HARVEY, 1989, p. 119).

Partindo do taylorismo, o qual mostrava como a produtividade do trabalho podia ser radicalmente aumentada através da separação de cada processo de trabalho, ou seja, a separação entre gerência, concepção, controle e execução, Ford acrescentou sua visão, “um novo sistema de produção da força de trabalho, uma nova política de controle de gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista”. (HARVEY, 1989, p. 121).

Este sistema perdurou hegemonicamente por quase meio século na sociedade capitalista.

No final dos anos 60, aumentam os problemas ocasionados entre os limites sociais e técnicos do regime de acumulação fordista, ocasionando seu declínio.

Embora o Fordismo fosse viável em alguns aspectos, como a divisão entre a força de trabalho, a sindicalização, também possuía inúmeras falhas.

Havia problemas com a rigidez nos mercados, na alocação e nos contratos de trabalho (especialmente no chamado setor “monopolista”). E toda tentativa de superar esses problemas de rigidez encontrava força aparentemente invencível do poder profundamente entrincheirado da classe trabalhadora – o que explica as ondas de greve e os problemas trabalhistas do período 1968-1972. (HARVEY, 1989, p.135).

Neste contexto o Estado tentava controlar as manifestações provenientes dos excluídos para que não ocasionasse um descontentamento geral.

A legitimação do poder do Estado dependia cada vez mais da capacidade de levar os benefícios do fordismo a todos e de encontrar meios de oferecer assistência médica, habitação e serviços educacionais adequados em larga escala, mas de modo humano e atencioso. (HARVEY, 1989, p. 133).

A partir dos anos 60 o sistema fordista sofria vários problemas. Nesse período a Europa Ocidental e Japão haviam recuperado-se do pós-Guerra, ansiando a expansão do mercado externo. No mesmo momento o sucesso do fordismo implicaria no deslocamento de um número maior de trabalhadores da manufatura. O enfraquecimento da demanda ocasiona nos Estados Unidos a pobreza e a guerra do Vietnã.

Uma grande competição internacional desenvolveu-se ao passo que a Europa Ocidental e Japão, aliado a vários países recém-industrializados, enfrentam a hegemonia dos Estados Unidos e o fordismo.

Desta forma no período 1965 a 1973 tornou-se evidente o enfraquecimento do fordismo e do keynesianismo.

A década de 80 foi marcada por diversas mudanças e transformações. Houve um grande salto tecnológico nas fábricas, influenciando nas relações de trabalho e produção de capital.

O fordismo e o taylorismo não são mais os únicos sistemas de produção mesclando-se a outros, e até mesmo substituídos em alguns casos pela experiência japonesa, como é o caso do toyotismo.

O toyotismo estrutura-se a partir de um número mínimo de trabalhadores ampliando-os, através de horas extras, trabalhadores temporários ou subcontratação, dependendo das condições do mercado. O ponto de partida básico é um número reduzido de trabalhadores e a realização de horas extras. (ANTUNES, 1997, p. 28).

Novos padrões referentes a busca da produtividade são assumidos, é a flexibilização da produção, conforme coloca Antunes (1997).

Ensaiam-se modalidades de desconcentração industrial, buscando-se novos padrões de gestão da força de trabalho, dos quais os Círculos de Controle de Qualidade (CCQs), a "gestão participativa", a busca da "qualidade total", são expressões visíveis não só no mundo japonês, mas em vários países de

capitalismo avançado e do Terceiro Mundo industrializado". (ANTUNES, 1997, p.16).

A qualidade, então passou a ser buscada, não apenas na área da produção, mas em todas as áreas da organização.

Chiavenato (1996) coloca que para obter resultados dos grandes investimentos em treinamento, as empresas japonesas adotaram uma administração participativa, dando ênfase ao trabalho de equipe e aos grupos de tarefas. A focalização no consumidor e no usuário interno e externo também foi priorizada, introduzindo-se o conceito de "qualidade voltada para a satisfação do cliente".

Em função do sucesso no mercado mundial dos produtos e das organizações japoneses, o movimento total de melhoria contínua da qualidade foi gradativamente reforçado e encorajado, vindo a constituir a maneira organizacional de vida dentro do Japão e, conseqüentemente, de outros países, que passaram a imitá-lo. (CHIAVENATO, 1996, p. 302-303)

Reflete-se assim, o conjunto de mudanças ocorridas nas organizações repercutindo nas formas de gestão dos trabalhadores e da produção.

Novas tecnologias são difundidas com auxílio da microeletrônica, como a informática, a automação a telemática, reduzindo o tempo de produção.

De acordo com Simionatto, (1998, p. 16):

O processo de reestruturação produtiva e as conseqüentes alterações no mundo do trabalho está diretamente relacionado ao novo paradigma de produção industrial denominado de "globalização", terceira revolução industrial e tecnológica", "reestruturação industrial", etc.

O processo de globalização é responsável por esse contingente de mudanças ocorridas, conforme colocam Melo Neto e Froes (2001, p. 1):

“Tal fenômeno denomina-se processo de realocação de atividades produtivas, com concentração de renda em escala planetária¹. Este sistema reforça a concentração do poder econômico e a exclusão social².”

Melo Neto e Froes (2001) falam ainda sobre um “rearranjo espacial das atividades produtivas no mundo”, onde a globalização toma dimensões com efeitos “perversos” resultando em desastres ecológicos e sociais.

A revolução industrial caracterizada pela centralização da produção, segundo Santos (1999), tende a assumir formas mais globais, “[...] dando origem a complexos produtivos de caráter internacional, transnacional, planetário [...]” (SANTOS, 1999, p. 28).

Santos (1999) salienta ainda que por outro lado as empresas começam a articular-se em perspectiva de redes, interligando-se, mas sem um sistema hierárquico estabelecido, ou seja, surgem várias formas de acordos, fusões e associações entre as empresas, onde o autor coloca como “uma nova forma de empresa global”.

Na mesma velocidade, emerge a demanda por informações, ou seja, os trabalhadores cada vez mais especializando-se, assumindo melhores níveis de escolaridade colaborando para o melhor funcionamento dos processos produtivos no qual encontram-se inseridos.

A tecnologia torna-se comum e disponível para todas as empresas, fazendo com que estas busquem outros diferenciais para que seus produtos tornem-se competitivos no mercado.

¹ FURTADO (1999 apud MELO NETO e FROES 2001, p.01.

Sendo assim, os serviços prestados passam a ter critérios seletivos, guiados pelas ações “filantrópicas” das empresas, obtendo-se a universalidade no acesso de bens e serviços.

De acordo com Menegasso (2000), nas últimas décadas, conceitos como “empresa cidadã”, “empresário ético”, e “responsabilidade social”, são diferenciais assumidos pelas empresas para diminuição dos problemas sociais e conseqüentemente o aumento da competitividade, através da sua boa imagem no mercado.

A desresponsabilização do Estado com suas funções também está diretamente ligada a questão da responsabilidade social, onde os mecanismos de proteção do Estado são transferidos para as grandes empresas privadas.

Várias alterações vêm surgindo entre Estado e Sociedade, ou seja, inúmeras reduções estão sendo feitas por parte do governo, em programas sociais.

Iamamoto (1997, p. 26) coloca que: “A retração do Estado em suas responsabilidades e ações no campo social manifesta-se na compreensão das verbas orçamentárias e no deterioramento da prestação de serviços sociais públicos”.

Essa redefinição entre Estado e Sociedade, se dá a medida que políticas promovidas pelo Banco Mundial de ajuste estrutural, impõem pesados custos sociais à classe trabalhadora dos países da América Latina, conforme coloca Ivete Simionatto: “Tais políticas, ao proporem cortes nos gastos governamentais em áreas tais como saúde e educação têm contribuído para o aumento da pobreza e da exclusão de imensos estratos populacionais.” (SIMIONATTO, 1998, p.22)

² Id., ibidem, p.10.

Contudo, as ações relacionadas ao mercado vêm sendo fortalecidas e em contra partida as ações relacionadas à área social cada vez mais racionalizadas, diminuindo o papel do Estado na execução de suas funções.

Costa (1997 apud, SIMIONATTO, 1998, p. 23) destaca três elementos básicos nos programas de ajuste estrutural propostos pelo Banco Mundial: “Contenção da demanda pela redução dos gastos públicos, realocação de recursos visando superávites na balança comercial e reformas nas políticas para aumentar e eficiência a longo prazo do sistema econômico”. Neste sentido fica claro a desresponsabilização do Estado, deixando para a iniciativa privada a promoção e execução de ações públicas.

Para o Bando Mundial “a eficiência do Estado é maior quando escuta as opiniões do setor empresarial e da cidadania em geral” considerando que essa forma de participação possibilita atender os grupos minoritários e mais pobres que dificilmente conseguem interferir nas esferas mais altas de poder. Sob o discurso da transparência indica a necessidade de processos consultivos que conferem à sociedade civil, incluindo sindicatos e empresas privadas, a oportunidade de participação e controle das ações governamentais (SIMIONATTO, 1998, p. 23.)

Esta idéia contradiz a Lei Orgânica da Assistência Social onde verifica-se como dever do Estado a promoção de políticas que atendam os cidadãos em geral, conforme podemos constatar a seguir:

A assistência social, direito do cidadão e dever do Estado, é Política de Seguridade Social não contributiva, que provê os mínimos sociais, realizada através de um conjunto integrado de ações de iniciativa pública e da sociedade, para garantir o atendimento às necessidades básicas.
(LOAS, cap. 1; art. 1º).

O que ocorre na verdade é que o Estado fornece somente os “mínimos sociais”, que dão conta de atender apenas uma pequena parcela da sociedade, marginalizando grande parte da população, fazendo com que a sociedade se mobilize para atender essa massa carente de recursos.

O governo pretende “economizar” com a redução dos benefícios daqueles que têm renda de 5 a 10 salários mínimos, transferindo a iniciativa privada, uma preciosa fatia do mercado de investimentos do campo de seguros sociais – o quinto maior mercado da previdência privada do mundo – passando o atendimento a ser clivado pelos critérios da mercantilização. (IAMAMOTO, 1997, p.28).

Fica claro aqui que o Estado, dispõe-se a atender os setores mais *pauperizados da sociedade*.

Conforme Tenório³, outro segmento do mercado vigente no país, são as ONGs, as quais têm procurado otimizar suas atividades, com atenção aos recursos disponíveis, melhorando seu funcionamento interno e ampliando sua relação com outras organizações.

Atualmente, não existe apenas o Estado e Mercado. Há também um terceiro setor não-lucrativo e não-governamental, cujo crescente protagonismo enriquece a dinâmica social, gerando formas inéditas de articulação com o Estado e Mercado. (CARDOSO; FRANCO e OLIVEIRA, 2000, p.7).

Cardoso; Franco e Oliveira (2000) enfatizam a multiplicação de iniciativas privadas com fins públicos como uma novidade histórica, redefinindo os padrões de relacionamento entre Estado e Sociedade, colocando que:

A emergência de uma sociedade em rede, impulsionada pelas tecnologias de informação e comunicação, faz com que grupos e indivíduos estejam em constante interação, o que, por sua vez, abre caminho para formas inéditas de formação da opinião, debate público e envolvimento dos cidadãos e de suas organizações com as questões de interesse comum. (CARDOSO; FRANCO e OLIVEIRA, 2000, p.9).

Sendo assim, a sociedade passa a assumir um papel que deveria ser do Estado, o de prover políticas sociais que atendam à população, é a chamada filantropia, onde principalmente as empresas privadas estão assumindo este papel, abarcando as seqüelas provenientes da questão social, o que ocasiona alterações significativas no mercado de trabalho.

³ TENÓRIO, Fernando G. (Org.). **Gestão de ONGs: Principais Funções Gerenciais**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1999.

Essas ações sociais efetuadas pelas empresas, “filantropia empresarial”, se refletem em marketing social⁴, onde elas se classificam como socialmente responsáveis, aliando uma imagem à seus produtos, que em pesquisas realizadas no Brasil e nos Estados Unidos, produtos de empresas que se preocupam com o social e o meio-ambiente são preferidos por grande parte da população.

1.2.Responsabilidade Social

O conceito de responsabilidade social vem sendo largamente discutido no Brasil, a partir da década de 90, causando muitas divergências entre seus atores - empresas, Estado e Sociedade civil.

Por ser um tema complexo, com vários significados em contextos distintos, faz-se necessário aprofundar essa discussão, pois o termo *Responsabilidade Social* não pode ser utilizado apenas para gerar lucros e ser objeto de marketing para as empresas.

A responsabilidade social empresarial, segundo Melo Neto e Froes (2001), iniciou-se com a prática de ações filantrópicas, ou seja, empresários bem sucedidos em seus negócios retribuíam à sociedade uma parte dos ganhos obtidos por suas empresas, comportamento este, visto pelos autores mencionados, como “um ato de caridade para com o próximo”.

Por sua vez, Drucker (1981) salienta que há mais de um século discutem-se as “responsabilidades sociais das empresas”, cujo significado vem sofrendo muitas transformações desde o início da década de sessenta.

⁴ A questão do marketing social será abordada no decorrer do trabalho.

No geral, a abordagem clássica não se preocupava tanto com a responsabilidade social das empresas – como asseverava – mas sim com a responsabilidade social dos homens de empresa. Logo, um maior destaque era dado ao que eles poderiam ou gostariam de contribuir fora de seus horários de trabalho e fora de suas empresas. (DRUCKER, 1981, p. 356).

O novo conceito de responsabilidade social, segundo Drucker (1981), já não questiona quais são as reais limitações das empresas, nem o que elas devem fazer ou deixar de fazer; apenas exige que estas assumam a responsabilidade pelos problemas sociais, por questões sociais, tornando-se guardiãs da consciência da *sociedade e o agente decisório de seus problemas*.

Drucker (1981, p. 360), ainda coloca como justificativa para a responsabilidade social das empresas o desencanto destas com o governo, pela sua incapacidade de resolver todos problemas sociais:

Como resultado, as pessoas mais preocupadas com tais problemas – os liberais e progressistas que, há uma geração atrás, manifestavam-se sob o lema de “Queremos Mais Governo” – estão cada vez mais buscando novos grupos de liderança, novas instituições e sobretudo as empresas para assumirem os problemas que o governo não foi capaz de resolver.

A partir dos anos 90, empresas brasileiras que já possuíam algumas políticas de atuação social passam a se articular sob a forma de um movimento, apresentando-se como “agentes de mudança social”, conforme coloca Goldberg (2001). É a partir deste período que surge o conceito de “cidadania empresarial”, o qual designa “o conjunto de ações desenvolvidas por empresas em benefício da sociedade”.

A interpretação de cidadania empresarial está sujeita a variações semânticas, chegando a ser difusa, pouco consensual. Enquanto para algumas lideranças do *terceiro setor* cidadania empresarial ainda representa o investimento de uma empresa em ações em prol da comunidade, para outras, exibe conotação mais ampla, simbolizando o novo contrato esperado *entre empresa e sociedade – pautado pela ética nas práticas comerciais, na*

relação com o meio ambiente e com todos os seus públicos. (GOLDBERG, 2001, p.17).

É nesse contexto de desgastes sociais que surgem questionamentos das empresas, da sociedade civil e do Estado, sobre como controlar essa destruição social onde, segundo Melo Neto e Froes (2001), “coloca em risco a integridade do sistema de dominação vigente”.

A desconfiança no Estado faz surgir então alternativas para atender a população excluída crescente.

O Terceiro Setor visando atender às necessidades humanas, surge na primeira metade do século XX, nos Estados Unidos, consolidando-se neste, segundo Landim (1999, p. 69) de modo mais precoce.

[...] onde a execução de políticas públicas em colaboração com as organizações da sociedade civil, o associativismo, a doação privada de tempo e dinheiro para causas sociais fazem parte do ideário e das práticas do individualismo liberal, constituindo-se em cultura política fundante daquela sociedade.

No Brasil, conforme salienta Landim (1999), as organizações privadas sem fins lucrativos, aparecem associadas à problemática da construção dos movimentos sociais, germinados ainda dentro do regime autoritário, como um novo sindicalismo, onde a autora cita como exemplo “os movimentos de bairro, as lutas pela terra, etc.” Essas organizações ganham relevância aqui nos anos 80-90 pelo seu papel nos movimentos sociais fragmentados, implicando na criação de identidades e sujeitos coletivos.

Melo Neto e Froes (1999), relacionam o surgimento do terceiro setor com o crescimento das necessidades sócio-econômicas, o fracasso das políticas sociais tradicionais e a degradação ambiental ameaçando a saúde humana, onde o primeiro setor - Estado e o segundo setor - mercado, não se mostraram suficientes.

Nos últimos anos, não obstante a carência de informações sistematizadas, é evidente tanto o contínuo surgimento de organizações sem fins lucrativos no Brasil, quanto sua crescente especialização em termos de área de atuação e público-alvo. Já conquistaram maior atenção as questões de gênero, o direito do consumidor, do idoso, do portador de deficiência. (GOLDBERG, 2001, p.12).

Landim (1999) coloca ainda que as organizações sem fins lucrativos aparecem em meio às discussões sobre a redefinição do conceito de cidadania surgidas nas sociedades contemporâneas.

Por fim, ainda dentro das temáticas dos movimentos sociais e da cidadania, começam a surgir trabalhos sobre transformações tanto nas características desses movimentos, como no campo da ONGs do final da década de 90, contexto em que o termo terceiro setor vem sendo empregado como designação expressiva dessas transformações. (GOHN, 1998 apud LANDIM, 1999, p. 77).

Segundo Landim (1999), o termo *terceiro setor*, assim como o “ONG”, começa a ser utilizado recentemente no Brasil, designando fenômenos e questões referentes às organizações da sociedade civil.

Terceiro setor não é termo neutro. Em primeiro lugar – mais do que o transnacional ONG, por exemplo – tem nacionalidade clara. É de procedência norte-americana, contexto onde associativismo e voluntariado fazem parte de uma cultura política e cívica baseada no individualismo liberal, em que o ideário dominante é o da precedência da sociedade com relação ao Estado. (LANDIM, 1999, p. 61).

Fernandes (1994, apud SCHROEDER, 2001) coloca que o surgimento das ONGs na América Latina, e também no Brasil, emergiu a partir da década de 60, onde essas organizações foram criadas como resposta à repressão dos regimes políticos implantados, ou seja, uma forma que a sociedade civil encontrou para protestar. As ONGs, então, se firmam e ganham força à medida que os governos militares vão cedendo à democracia, e o Estado, por sua vez, torna-se incapacitado para suprir todas as necessidades sociais.

Nesse contexto de redefinição de papéis na sociedade, o conceito de cidadania vem sendo largamente discutido não só pela sociedade civil, mas também pelo setor privado. Para Cardoso; Franco e Oliveira (2000, p.13):

“é resultado de uma visão nova do empreendedor sobre seu lugar na sociedade. Daí decorre um envolvimento das empresas que supõe participação efetiva na definição de prioridades e na avaliação de resultados”.

Segundo Montañó (2002), o terceiro setor caracteriza-se por ser um fenômeno envolvendo diversas organizações e instituições, entre elas encontram-se as ONGs, organizações sem fins lucrativos, instituições filantrópicas, empresas “cidadãs”, bem como sujeitos individuais – voluntários ou não, e o Estado, mesmo que de maneira “encoberta”, atuando na promoção do “terceiro setor”.

Em relação ao debate em torno do terceiro setor, Montañó (2002, p. 17), por sua vez, dirige um novo olhar para o tema, onde critica a idéia emergente de desmonte da atividade social estatal, e o debate ideológico que transita entre o interior dos interesses do “Grande Capital” e a “fração da esquerda resignada mas de (eventual) ‘intenção progressista’”, que interessa principalmente ao “projeto neoliberal”⁵, colocando que:

Desta forma, o “terceiro setor”, instrumentalizado pela estratégia neoliberal, tem a função tanto de justificar e legitimar o processo de desestruturação da Seguridade Social estatal, como de transformar a luta *contra* a reforma do Estado em *parceria* com o Estado, bem como tanto de reduzir os impactos negativos ao sistema do aumento do desemprego, quanto de tornar as respostas “questão social” em atividades cotidianas. Tudo isto minimizando aparentemente as contradições de classe, redirecionando a lutas sociais para atividades mancomunadas com o Estado e o empresariado, gerando

⁵ É interessante ressaltar aqui que o autor faz uma análise entre esquerda e direita e suas relações com o terceiro setor, onde para ele há uma tendência regressiva, estimulada pelos princípios liberais e neoliberais, querendo como âmbito regulador o mercado e uma progressista, visando à sociedade civil (“terceiro setor”) como um espaço de troca entre indivíduos.

maior aceitação e menor enfrentamento ao projeto neoliberal. (MONTAÑO, 2002, p.241).

Sendo assim, o referido autor faz uma crítica feroz aos temas referentes ao terceiro setor, como a questão da participação e os laços de solidariedade vigentes, onde coloca como puro interesse do Estado em se dispôr de suas funções desviando para a sociedade as questões relacionadas ao social, eliminando sua obrigação de oferecer assistência e serviços, além de desviar à sociedade civil de suas lutas, remetendo a esta o “comprometimento com a cidadania”.

Em relação à responsabilidade social Melo Neto e Froes (2001, p. 26), salientam que esta diferencia-se das ações filantrópicas por relacionar-se com “consciência social” e “dever cívico”, não sendo ações individuais e isoladas, reflete-se numa empresa em prol da cidadania:

“A empresa que a pratica, demonstra uma atitude de respeito e estímulo à cidadania corporativa; conseqüentemente existe uma associação direta entre o exercício da responsabilidade social e o exercício da cidadania empresarial”.

Percebe-se portanto que o termo responsabilidade social corporativa tem um caráter mais amplo, envolvendo toda a cadeia produtiva da empresa, ou seja, clientes, funcionários, fornecedores, comunidade local e sociedade como um todo.

É necessário, portanto, diferenciar filantropia e responsabilidade social. Os autores citados anteriormente classificam o termo filantropia como tendo suas bases no “assistencialismo”⁶, no auxílio aos excluídos; a responsabilidade social, por sua

⁶ Segundo Cândido Grzybowzki, diretor do IBASE, o assistencialismo tem por trás uma consciência culpada, nunca reconhece o assistido como sujeito igual a quem faz a assistência. Folha de S. Paulo, 01 de abril 2001.

Celia Regina Schlithler, coloca que no assistencialismo estabelece-se uma relação desigual entre “assistente” e “assistido”, o assistido aqui deve aceitar sem questionar aquilo que lhe é dado. Assistência, é prover o necessário para quem não possui acesso aos direitos básicos. (Disponível em

vez, consiste na busca pelo desenvolvimento do cidadão, em “fomentar a cidadania individual e coletiva”.

O quadro a seguir resume as diferenças básicas entre filantropia e responsabilidade social:

Filantropia	Responsabilidade social
Ação individual e voluntária.	Ação coletiva.
Fomento da caridade.	Fomento da cidadania.
Base assistencialista.	Base estratégica.
Restrita a empresários filantrópicos e abnegados.	Extensiva a todos.
Prescinde de gerenciamento	Demanda gerenciamento.
Decisão individual.	Decisão consensual.

Quadro 1- As diferenças entre filantropia e responsabilidade social

FONTE: Melo Neto e Froes (2001, p 28).

Apesar da atual preocupação dos empresários em suprir as carências da sociedade muitos deles ainda apresentam resistência em colaborar com o Estado, segundo (CORULLÓN e FILHO 2002), sob os argumentos de que já estão gerando empregos, pagando impostos, e com isso colaborando com a sociedade.

Já Corullón e Filho (2002, p. 31) salientam que:

As forças do mercado, em sua forma clássica, mostraram-se imbatíveis como promotoras do desenvolvimento econômico. Mas foram incapazes de resolver problemas, como a distribuição de renda, a degradação ambiental, e até mesmo de garantir que os produtos das empresas trouxessem sempre benefícios ao consumidor.

A noção de responsabilidade social vincula-se à doutrina econômica baseada no princípio da propriedade e da iniciativa privada, dando origem ao regime de livre empresa, segundo o qual as empresas podem alcançar seus objetivos, contratando, produzindo e determinando o preço que mais lhes proporcionar lucros.

As decisões no mercado livre são guiadas pelo auto-interesse; se todos os agentes econômicos -produtores e consumidores- tomam decisões racionais segundo seus interesses, os benefícios e as riquezas fluem e as leis de mercado, como uma mão invisível, vão prevenir o abuso do próprio interesse

<http://www.gife.org.br/> Acesso em:17/01/03). Sendo assim no assistencialismo estabelece-se uma relação de favor, enquanto que na assistência a relação é de direito.

e promover o bem-estar social pelo equilíbrio das forças do mercado. (Dicionário de economia, 1987 apud BORGER, 2001, p. 15)

O novo contexto econômico porém, se dá com a integração dos mercados e a queda das barreiras comerciais.

Para grande parte das empresas, isso significou a inserção, muitas vezes forçada, na competição em escala planetária. Em curto espaço de tempo, elas viram-se compelidas a mudar radicalmente suas estratégias de negócio e padrões gerenciais para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades decorrentes da ampliação de seus mercados potenciais, do surgimento de novos concorrentes e novas demandas da sociedade.

(Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social Empresarial, 2000, p. 5-6).

Paralelamente as empresas passam a experimentar a evolução exacerbada da tecnologia, tornando-se disponível a todos com o avanço da Internet, proveniente da globalização, principalmente na década de 90 onde esta encontrava-se em plena fase de efetivação.

As conseqüências dessa nova realidade produzem “efeitos perversos”, resumidos por Santos (2000, apud, MELO NETO e FROES, 2001, p. 13) como “um quadro de violência” (violência estrutural, violências funcionais derivadas e violências periféricas particulares), pelo qual vivencia-se a ampliação das desigualdades, a banalização dos problemas sociais, a proliferação da corrupção, o aumento da concentração de renda nas mãos de poucos indivíduos, o crescimento dos problemas ambientais, entre outros.

Segundo Albagli (1999), o mercado vem atuando como um “mecanismo institucional”, exercendo uma forte influência sobre a produção e consumo de informações, estabelecendo novas interações entre público e privado, ou seja, estabelece-se uma redefinição de papéis entre Estado, Sociedade e Mercado.

Para França e Dzimira (1993, apud, SCHROEDER, 2001), o surgimento da responsabilidade social vincula-se principalmente à escassez do trabalho fator

marcante neste final de século, sendo que ao mesmo tempo tem-se a falência do Estado como agente provedor de necessidades básicas aos cidadãos.

Montanõ (2002, p. 161), ao tecer sua crítica aos chamados “autores do terceiro setor” coloca que:

O debate desenvolvido no contexto do “terceiro setor” nem trata da questão da *hegemonia*, nem questiona a *propriedade privada*, nem considera a democracia como um produto das *lutas de classes*. Seu conceito de democratização social não tem por finalidade a abolição da propriedade privada (dos meios de produção e comercialização), portanto não se propõe eliminar a *exploração* da força de trabalho. Não tem como horizonte no desenvolvimento da democracia a hegemonia social da classe trabalhadora; isto é, em termos gramscianos, a *direção com consenso por parte dos trabalhadores* não é um objetivo pelos autores do “terceiro setor”; portanto, não visa ou não pode erradicar as diversas formas de submissão, alienação e exploração.

Os conceitos e interpretações sobre responsabilidade social são diversificados e muitas vezes distintos, Melo Neto e Froes (2001, apud SCHROEDER, 2001) identificam quatorze conceitos e interpretações sobre o tema; a saber:

Conceito	Interpretação
A responsabilidade social como atitude e comportamento ético e responsável.	A empresa incorpora conceitos básicos éticos e tem o dever de assumir uma atitude transparente em todo seu espaço organizacional.
A responsabilidade social como um conjunto de valores.	Além de a empresa assumir conceitos éticos, assume outros valores: desenvolvimento social, <i>auto-estima dos empregados</i> .
A responsabilidade social como uma postura estratégica empresarial.	Este conceito mostra a responsabilidade social como uma estratégia de marketing. Realiza ações sociais estratégicas, visando retorno valorativo em sua imagem.
A responsabilidade social como estratégia de relacionamento.	Este conceito mostra a responsabilidade social como uma estratégia de marketing, visando a qualidade de relacionamento com seu público alvo (clientes, fornecedores).
A responsabilidade social como estratégia de marketing institucional.	Neste caso a empresa busca melhorar sua imagem institucional, traduzindo na melhoria da reputação da empresa.
A responsabilidade social como estratégia de valorização das ações da empresa.	A empresa busca a valorização de suas ações, <i>valorizando e aproximando seus acionistas</i> .
A responsabilidade social como estratégia de recursos humanos.	O foco é interno, nos empregados e seus dependentes, buscando garantir a satisfação, retendo os funcionários e aumentando a

	produtividade.
A responsabilidade social como estratégia de valorização dos produtos e/ou serviços.	A estratégia é conferir aos produtos e/ou serviços os <i>status</i> de socialmente corretos.
A responsabilidade social como estratégia de inserção na comunidade.	A empresa busca melhorar suas relações com a comunidade, definindo novas formas de continuar nela inserida.
A responsabilidade social como estratégia de desenvolvimento da comunidade.	A empresa assume o papel de agente de desenvolvimento local, juntamente com outras instituições, inclusive o governo.
A responsabilidade social como promotora da cidadania individual e coletiva.	A empresa, através de suas ações, ajuda a tornar seus empregados verdadeiros cidadãos, contribuindo com a sociedade.
A responsabilidade social como exercício da consciência ecológica.	A empresa se concentra na responsabilidade ambiental, investindo em programas de educação ambiental.
A responsabilidade social como exercício de capacitação profissional.	O exercício da responsabilidade social está ligado à capacitação profissional de seus empregados.
A responsabilidade social como estratégia de integração social.	A empresa pretende ajudar na melhoria social, através da inclusão social.

Quadro 2- Conceitos de responsabilidade social corporativa.

Fonte: Schroeder (2001 apud MELO NETO e FROES 2001, p. 39-42)

Sendo assim, entende-se aqui Responsabilidade Social Empresarial como uma forma de a empresa conduzir seus negócios de maneira eticamente responsável nas dimensões social, econômica e ambiental, refletindo-se assim numa consciência de Responsabilidade Social a qual envolve todas as partes interessadas da empresa.

Segundo Schroeder (2001), diversas nomenclaturas são destinadas a empresas engajadas em causas sociais tais como: responsabilidade social, responsabilidade social corporativa, ética empresarial, cidadania empresarial, empresa solidária, filantropia empresarial, entre outras.

Alguns autores colocam responsabilidade social e cidadania empresarial como sinônimos; outros entretanto conferem ao termo cidadania empresarial conotação instrumental. “Isto é, quando a empresa busca praticar a cidadania empresarial, ela visa melhorar sua imagem para obter benefícios próprios.” (ASHLEY; COUTINHO; TOMEI, 2000 apud, SCHROEDER, 2001, p.49).

Martinelli (2000 apud, SCHROEDER, 2001) considera que com um programa de cidadania empresarial, a empresa obtém “subprodutos interessantes”, agregando valor à imagem da empresa, motivando os funcionários, aprimorando o espírito de equipe na empresa, mobilizando recursos financeiros sem implicar muitas vezes em novos custos para a mesma.

Ainda dentro destes termos tem-se o *Investimento Social Privado*, que segundo o Instituto Gife, define-se como o uso planejado, monitorado e voluntário de recursos privados, sejam vindos de pessoas físicas ou jurídicas para investimentos em projetos de interesse público, incluindo-se aqui ações protagonizadas por empresas, fundações de origem empresarial ou mesmo famílias ou indivíduos.

Segundo Schroeder (2001, p. 50), responsabilidade social e cidadania empresarial podem obter um mesmo significado, quando as atividades da empresa deixam de limitar-se apenas à produção de bens e serviços, voltando-se também para a manutenção do bem-estar social.

Ética empresarial é outro termo que vem sendo bastante utilizado, e segundo Schroeder (2001), também é considerado sinônimo de responsabilidade social e cidadania empresarial. Entretanto se faz necessário aprofundar a discussão sobre o assunto, pois há sustentações de que este tema está ligado ao exercício da responsabilidade social, bem como da cidadania empresarial. Para Schommer e Fischer (1999 apud, SCHROEDER, 2001, p. 51.) “[...] a idéia de cidadania ou responsabilidade social corporativa está fortemente relacionada à discussão sobre a ética empresarial.”

Sendo assim, no próximo item teremos algumas considerações sobre ética, responsabilidade social empresarial, e suas relações com a questão do marketing.

1.2.1. Responsabilidade social, ética e marketing social

Melo Neto e Froes (2001) salientam que através da globalização houve o surgimento de novos processos hegemônicos dominados por empresas globais, organismos internacionais e grandes corporações financeiras.

Para legitimar o sistema moderno de dominação, os autores citam o surgimento de um novo “ethos”, onde encontram-se “o imaginário da técnica, a ética da competitividade e a ética do consumo”, exaltando-se assim o mercado em detrimento das questões sociais.

A solução para deter esta destruição social segundo os autores acima citados, seria a substituição da “ética do dinheiro” pela nova “ética da responsabilidade social”, ou seja, o espírito da cidadania empresarial. “Portanto, a nova ética da responsabilidade social veio para superar os efeitos perversos da ética da irresponsabilidade social, dos globalismos ideologizantes, do domínio do dinheiro em estado puro e dos consumos desenfreados.” (MELO NETO e FROES, 2001, p. 15).

A seguir apresenta-se o quadro comparativo entre as duas éticas – “ética do dinheiro” e “nova ética social”:

Ética do dinheiro (irresponsabilidade social)	Nova ética social (responsabilidade social)
Promove individualismos.	Promove associativismo.
Ênfase na competição e competitividade.	Ênfase na solidariedade
Prevalece o discurso único do mercado.	Prevalece o debate civilizatório.
Banalização dos problemas sociais.	Priorização dos problemas sociais.
Adoção de comportamentos anti-éticos	Adoção de comportamentos éticos.
Gera alienação.	Gera participação.
Deterioração do trabalho.	Enobrecimento e revigoração do trabalho.
Contaminação do caráter das pessoas.	Exaltação do caráter das pessoas.
Ampliação das desigualdades.	Redução das desigualdades.

Quadro 3- Ética da responsabilidade e da irresponsabilidade social

FONTE: Melo Neto e Froes (2001, p. 16).

Para Peter Drucker (1981), a ética das empresas e a ética do homem não podem ser diferenciadas ou individualizadas, a ética, segundo esse autor, se constitui num problema de valores morais de cada indivíduo, seja ele um grande empresário ou um cidadão comum, razão pela qual não deveria existir uma ética à parte para as empresas.

O autor coloca ainda que principalmente nos Estados Unidos, fala-se que os administradores têm uma “responsabilidade ética”, participando ativamente da sua comunidade, engajando-se em causas comunitárias, Drucker (1981) também salienta que nesta sociedade, a comunidade tem uma tradição para a “voluntariedade”, mas que tais comportamentos não devem ser impostos aos administradores servindo como parâmetros de avaliação ou qualquer tipo de recompensa ou promoção, apenas deveriam ser incentivados a participar dos assuntos comunitários, onde encontram-se inseridos.

Barroco (1991) faz uma análise sobre a ética enquanto espaço de reflexão sobre a moral, destacando como principais características:

- A busca de um “saber inteiro”, ou seja, de totalidade;
- A perspectiva de não se contentar com a aparência dos fenômenos, buscando apreender a sua essência;
- A indagação sobre o significado dos valores, ou seja, o questionamento sobre o porquê da escolha de valores.

Com o surgimento da responsabilidade social empresarial várias discussões sobre comportamentos éticos ou anti-éticos vêm surgindo, causando muitas dúvidas no mundo empresarial.

Para um exercício pleno da responsabilidade social as empresas precisam exercer uma responsabilidade ética que segundo Borger (2001), representa o comportamento e as normas éticas que a sociedade espera dos negócios, principalmente pela diminuição da tolerância por parte da sociedade quanto aos comportamentos anti-éticos das empresas.

O que implica análise e reflexão ética e exige que a tomada de decisões seja feita considerando-se as conseqüências de suas ações, honrado o *direito dos outros, cumprindo deveres e evitando prejudicar os outros*. Também significa procurar justiça e equilíbrio nos interesses de vários grupos atuantes nas corporações: empregados, consumidores, fornecedores e os residentes da comunidade na qual os negócios operam. (BORGER, 2001, p. 41-42).

Para Ferrel; Fraedrich e Ferrel (2001 apud, SCHROEDER, 2001, p. 51.) a ética empresarial é um “conjunto de princípios e padrões de comportamento”, servindo como orientação para as empresas, e responsabilidade social trata-se de um contrato, “onde a empresa se obriga a maximizar os efeitos positivos sobre a sociedade.”

Vieira (1979 apud BARROCO, 1991, p. 86.) corrobora com os autores citados acima, no sentido de que a ética serve como orientação para o homem no desenvolvimento de suas ações, colocando que:

A ética pretende estudar em profundidade o ser e o sentido das normas morais, isto é, explicar o bem moral e suas características. Traduzida na prática, a Ética constitui a ‘Moral’, ‘ciência normativa e construtiva que orienta o homem para realizar seus fins’. A moral dá a conhecer as regras supremas, assim como as regras próximas, aplicadas ao ato a ser cumprido.

Segundo Creagan (1991 apud SCHROEDER 2001), a ética ajuda a diminuir os antagonismos sociais, permite liberdade de escolha, reduz a necessidade de regulamento e interferência do Estado, trazendo de uma maneira ou de outra, através da atuação em causas sociais, uma imagem positiva para as empresas,

obtendo-se uma maior aceitação de seus produtos no mercado. Sendo assim, obtém-se ganhos tanto para a comunidade quanto para a empresa. Schroeder (2001, p. 53), por sua vez espera que a cultura socialmente responsável por parte das empresas, “sejam pressupostos de uma cultura interna verdadeiramente consciente dos atos sociais”. Ou seja, as ações desenvolvidas pelas empresas devem atender primeiramente seu público interno para que se reflitam também em ações para a comunidade, obtendo-se assim uma cultura de responsabilidade social verdadeira, tendo o marketing como consequência, e nunca como objetivo principal.

O *marketing social* vem sendo bastante discutido dentro das questões que envolvem a ética empresarial. As empresas e as entidades encontram-se inseridas em um dilema de até onde elas devem ou não divulgar suas ações de responsabilidade social. “[...] o marketing social vive um momento que poderia ser traduzido pela mais famosa frase da dramaturgia universal: ‘Ser ou não ser, eis a questão.’” (Revista Expressão, 2001, p. 30).

Essas dúvidas revelam uma atenção ética por parte das empresas, preocupadas em não transformar todo e qualquer tipo de ação empresarial, seja ela interna ou externa, em apenas puro marketing.

Melo Neto e Froes (2001, p.72) colocam que para muitos empresários e estudiosos dos problemas sociais, uma “empresa-cidadã” não deve ter o marketing social como parte de sua estratégia de negócios. “O pressuposto básico é de que empresas éticas não divulguem suas ações sociais.”

A preocupação, aqui, é que as empresas passem apenas a realizar ações que dêem maior impacto na mídia, deixando de lado a atenção à qualidade de tais ações.

Atualmente existem muitos adeptos do marketing social, onde ainda segundo Melo Neto e Froes (2001), a questão social tornou-se uma estratégia para as empresas.

O social também incorpora valores e fortalece a imagem corporativa de marcas e produtos. Faz a empresa ganhar respeito, reconhecimento e simpatia de clientes, fornecedores, distribuidores e de toda a população. Praticando ações de responsabilidade social, as empresas mantêm vínculos com seu ambiente interno e externo. (MELO NETO e FROES, 2001, p. 73).

A preocupação dos autores citados acima é com os exageros, de certos “marqueteiros”. Para o presidente da Associação Nacional de Anunciantes - ABA, Luiz Carlos Dutra, desde que as ações sejam consistentes, elas devem ser divulgadas, por servirem de incentivo e exemplo às outras instituições. (DUTRA, 2001, p. 30).

Melo Neto e Froes (2001, p.74) acreditam que existe um marketing social ético, contrapondo-se ao marketing de causa – tipo de marketing social deformador e oportunista. Neste último as empresas usam “causas sociais como plataforma de seus negócios”. Segundo os autores o marketing social ideal atua na “comunicação com os funcionários e seus familiares, com ações que visam aumentar comprovadamente o seu bem-estar e o da comunidade”.

Sendo assim, as empresas, ao adotarem ações de responsabilidade social, necessitam que estas estejam em constante monitoramento e avaliação para que, quando divulgadas, sejam realmente verdadeiras, caso contrário os efeitos a longo prazo poderão ser negativos à instituição.

No próximo ítem teremos algumas considerações sobre Responsabilidade Social no Brasil, ressaltando a importância das instituições que apoiam a implantação da

responsabilidade social e esclarecendo como acontece o reconhecimento das empresas e dos produtos socialmente responsáveis através das certificações.

1.2.2. Responsabilidade social no Brasil, Instituições pioneiras e certificações

No Brasil o número de empresas que vem atuando em causas sociais é crescente, seja em parceria com outras entidades da sociedade civil, ou mesmo criando suas próprias fundações.

Segundo Melo Neto e Froes (2001), a forma predominante de atuação social das empresas brasileiras, é a “dupla responsabilidade social”, ou seja, constituída pela ênfase nas relações externa – comunidade, e interna – empregados e dependentes. De acordo com dados do Instituto de Pesquisa Aplicada - IPEA, o interesse das empresas é maior sobre ações sociais externas do que para as de caráter interno

Muito provavelmente estamos falando do padrão quadrante 1 - 4 -2 - 3. A empresa inicia o exercício da responsabilidade social através da melhoria das relações com a comunidade, em seguida migra para o quadrante 2, ao valorizar as relações com os empregados e seus dependentes, para finalmente alcançar o quadrante 3, o exercício da responsabilidade social plena. É o que denominamos de 5º tipo de migração. (MELO NETO e FROES, 2001, p. 158).

Melo Neto e Froes (2001) fazem algumas considerações através de análise feita referente às empresas brasileiras e suas formas de atuar no social, consideram que o número de micro, pequenas e médias empresas aumentaram bastante, mas o envolvimento maior ainda fica com as grandes corporações. As ações sociais que mais crescem no país atualmente, são as de inserção nas comunidades e as ações de melhoria da qualidade do emprego. As ações de voluntariado tendem a crescer mais em função do Programa Comunidade Solidária, das novas políticas sociais, etc.” Tais tendências configuram a existência de um novo modelo na gestão da

responsabilidade social e cidadania empresarial em nosso país.” (MELO NETO e FROES, 2001, p. 174).

As empresas brasileiras cada vez mais interessam-se sobre os problemas sociais, esse movimento de valorização da responsabilidade social acentuou-se na década de 90, onde é importante ressaltar aqui o surgimento, no cenário brasileiro de organizações que incentivam, estimulam e apoiam a implementação da responsabilidade social empresarial. Entre elas estão o **Instituto Ethos de Responsabilidade Social**, o **GIFE**, as **Federações das indústrias**, a **FIDES**, o **IBASE** entre outros. A seguir será feita uma breve apresentação sobre tais instituições:

O **Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**, nasceu em julho de 1998, por iniciativa de um grupo de empresários. A entidade foi criada para ajudar as empresas a compreender e incorporar o conceito de responsabilidade social no cotidiano de sua gestão. Há empresas desenvolvendo códigos de ética em sua gestão e tornando estas e outras iniciativas transparentes em seu ambiente de trabalho, o estímulo ao trabalho voluntário dos funcionários tem sido também um ponto muito significativo.⁷

O **GIFE** foi criado na década de 80, informalmente. Em 1995, foi formalizado atraindo um número maior de associados. Um dos seus objetivos é o fortalecimento do terceiro setor, especialmente das organizações empresariais.

⁷ EXPRESSÃO. **Balanco Social 2001**: Na luta contra as desigualdades, empresas, fundações, ONGs e voluntários mostram o caminho para um sul melhor.

A **FIDES** é uma entidade privada de caráter educativo e cultural, sem fins lucrativos, foi criada em 1986 e tem como associados empresários, executivos e empresas de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

O **IBASE**, é uma organização não-governamental, suprapartidária, sem fins lucrativos e sem vinculação religiosa, comprometida com a defesa dos direitos humanos, a injustiça, o bem-estar social. Tem como um dos seus programas de ação, a Transparência e Responsabilidade social, onde procura sensibilizar empresas, governos e sociedade no enfrentamento da pobreza e das desigualdades, através da transparência no orçamento público e no balanço social das empresas.

O Guia de Boa Cidadania Corporativa da Revista Exame de 2002, traz como um novo diferencial das empresas brasileiras que atuam em causas sociais a possibilidade de atuar em parcerias. Ou seja segundo a revista, as empresas brasileiras estão criando elos fortes com organizações do terceiro setor, fundações e Governo, acreditando nessa tendência mundial. "Para as empresas, as alianças também representam a possibilidade de ter uma política social sem que seja preciso desenvolver um conhecimento que não tem nenhuma relação direta com o negócio." (HERZOG, 2002, p. 6).

Sendo assim, muitas empresas, por não possuírem muita experiência em atuação social, optam pelo apoio de instituições experientes na área, obtendo maiores resultados e com maiores chances de retorno.

Para fortalecer ainda mais a responsabilidade social empresarial tem-se as normas e padrões certificáveis os quais vêm ganhando crescente aceitação no Brasil.

Segundo o Instituto Brasileiro da Qualidade Nuclear – IBQN, foi através da globalização que se definiu padrões de competência internacionais com requisitos, leis e regulamentos a serem cumpridos, surgindo assim as normas que servem como um parâmetro para relações comerciais entre compradores e fornecedores, empresas e consumidores. Sendo assim pode-se destacar dois tipos:

- Sistemas normativos surgidos a partir de uma legislação ou requisito fundamental a ser cumprido;
- Sistemas de certificação podem ser também voluntários. Criados por um setor ou associação com critérios e necessidades próprios para garantir segurança da sua atuação e formalizá-la para os consumidores, normalmente visando vantagem competitiva.

Entre as principais normas estão a AA1000, AS 8000, BS 8800, que serão esclarecidas abaixo:

A **AA1000** (Responsabilidade Social) - essa norma foi criada pelo Instituto da Responsabilidade Social e Ética (Accountability Institute), da Inglaterra, tem como objetivo assegurar a qualidade da responsabilidade social e ética, auditoria e relato. É uma norma básica e pode ser usada de duas maneiras, como uma moeda de troca comum para confirmar a qualidade das normas de responsabilidade social especializadas, existentes e emergentes e como um sistema e processo independente e único para gerenciar e comunicar a responsabilidade e o desempenho social e ético. A AA1000 objetiva apoiar a aprendizagem organizacional e o desempenho geral – social e ética, ambiental e econômica e como consequência contribui com a organização no sentido de definir um caminho para o desenvolvimento sustentável. Essa norma pressupõe o diálogo entre todas as

partes interessadas no negócio e a divulgação dos resultados sociais só deve ser realizada com o retorno da opinião do parceiro⁸. A AA1000 é uma metodologia para prestar conta de forma organizada, a todos os stakeholders⁹ do atendimento de princípios e até mesmo de requisitos já constantes em normas certificáveis.

A **SA 8000**, surgida em 1997, baseada na Declaração Universal dos Direitos Humanos, esta norma tem a validade de três anos e requer auditoria a cada seis meses. Fundamenta-se em nove áreas básicas que envolvem trabalho infantil, trabalhos forçados, saúde e segurança no trabalho, liberdade de associação e o direito da negociação coletiva, práticas disciplinares, não discriminação, horários de trabalho, compensação e sistema de gestão.

A norma **BS 8800** é um Sistema de Gestão em Segurança e Saúde no trabalho, entrou em vigor no ano de 1996, como uma ferramenta para que administradores, empregados e profissionais da Segurança do Trabalho e outras especialidades pudessem ter a sua disposição um caminho a seguir e para qual direcionar suas ações referentes aos aspectos relativos à prevenção nas empresas.

Tem-se também a série ISO, onde tem-se o ISO 9000 e o ISO 14000:

O **ISO 9000**, o qual congrega um conjunto de normas referentes aos "Sistemas de Qualidade", elaboradas pela Organização Internacional para Normalização (composta por 115 países), foram publicadas em 1987 e revisadas em 1994 e 2000. Essa normas são aplicadas à várias indústrias e setores econômicos.

⁸ FABIÃO, Maurício França. O Negócio da Ética: um estudo sobre o Terceiro Setor Empresarial. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/>. Acesso em: 17/01/03.

⁹ Segundo o Michaelis, inglês/português. (apud SCHROEDER, 2001, p. 54) Stake significa marcar, delimitar com estacas, aposta, dinheiro apostado, risco, interesse, parte, ação. Hold, ação de segurar, pegar, reter, possuir, ocupar (p. 506). Literalmente, seria aquele que retém, possui um interesse, ocupa um espaço de influência. Traduzir como agente social não reflete o seu significado

O **ISO 14000**, que contempla um agrupamento de normas técnicas, com base referencial em métodos e análises, capazes de garantir que um determinado agente produtor de bens e serviços, utiliza-se de processos gerenciais e procedimentos específicos que visam a redução das possibilidades de ocorrência de danos ambientais. Nas prateleiras ela aparece como Selo Verde, rótulo de produto ISO 14000, mas as empresas portadoras deste selo devem arcar com a responsabilidade de assegurar continuamente os requisitos da Norma, de acordo com a legislação ambiental mandatória.

Entre os selos podemos destacar o selo FSC e o selo da Fundação Abrinq :

O **selo FSC** (Conselho de Manejo Florestal), atesta que a origem da madeira ou outro insumo florestal utilizado num produto, são oriundos de florestas manejadas de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável e com o cumprimento de todas as leis vigentes. O selo serve para orientar os consumidores a optar por produtos que não degradam o meio ambiente contribuindo para o desenvolvimento social e econômico, conquistando um público mais exigente abrindo-se assim novos mercados.

O **selo da Fundação Abrinq** - Empresa Amiga da Criança, que em 2001 passa a expressar um conjunto mais completo de responsabilidades da empresa com a infância, abrangendo os temas trabalho infantil, educação, saúde, direitos civis e investimento social na criança.¹⁰

mais amplo; um agente social que interage com a empresa, contraparte, tampouco reflete a interação com a empresa.

¹⁰ DE BONIS, Daniel. **Selo Empresa Amiga da Criança tem novos critérios de certificação.** Disponível em: <http://www.gife.org.br/>. Acesso em: 17/01/03

Essas normas são os diferenciais das empresas socialmente responsáveis, distinguindo-as de empresas ainda não certificadas, essas certificações convertem-se em informação para o consumidor, que poderá valorar os produtos portadores destes certificados de forma distinta de outros produtos de igual aparência, decidindo-se assim, a favor ou contra a empresa.

Ainda segundo o IBQN, deve-se estar atento aos fatores críticos para o sucesso de tais normas, onde não se deve dar às normas e certificações mais importância do que ao processo de construção das atitudes empresariais, ou seja, o exercício da responsabilidade social não deve estar ligado apenas à obtenção de prêmios e selos. Por trás de todas as ações empresariais o lucro sempre será importante e o agente viabilizador de um comportamento ético empresarial, sendo assim, percebe-se que tais normas fazem parte também de uma ação estratégica das empresas, onde através delas obtêm-se retorno por parte dos stakeholders.

Sendo assim, no próximo item serão feitas algumas referências sobre como realizar ações de responsabilidade social seguindo alguns indicadores propostos pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social.

1.2.3. Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e Balanço Social

O Instituto Ethos desenvolveu em 2000 sete indicadores de responsabilidade social, para colaborar com o desenvolvimento de práticas socialmente responsáveis nas empresas. A seguir eles serão apontados com algumas considerações para maior esclarecimento:

1. **Valores e Transparência:** buscar trazer benefícios para a sociedade, propiciar a realização profissional dos empregados, promover benefícios para os parceiros e para o meio ambiente e trazer retorno no que diz respeito para os investidores. A adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.
2. **Público Interno:** a empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento dessas relações. Também deve estar atenta para o respeito às culturas locais, revelado por um relacionamento ético e responsável com as minorias e instituições que representam seus interesses.
3. **Meio Ambiente:** uma empresa ambientalmente responsável procura minimizar os impactos negativos e amplificar os positivos. Deve, portanto, agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando em outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos neste sentido.
4. **Fornecedores:** a empresa que tem compromisso com a responsabilidade social envolve-se com seus fornecedores e parceiros, cumprindo os contratos estabelecidos e trabalhando pelo aprimoramento de suas relações de parceria. A empresa deve conscientizar-se de seu papel no fortalecimento da cadeia de fornecedores, atuando no desenvolvimento dos elos mais fracos e na valorização da livre concorrência.
5. **Consumidores:** desenvolver produtos e serviços confiáveis, que minimizem os riscos de danos à saúde dos usuários e das pessoas em geral. A publicidade de

produtos e serviços deve garantir seu uso adequado. Informações detalhadas devem estar incluídas nas embalagens e deve ser assegurado suporte para o cliente antes, durante e após o consumo.

6. Comunidade: o investimento pela empresa em ações que tragam benefícios para a comunidade é uma contrapartida justa, além de reverter em ganhos para o ambiente interno e na percepção que os clientes têm da própria empresa. O respeito aos costumes culturais locais e o empenho na educação e na disseminação de valores sociais devem fazer parte de uma política de envolvimento comunitário da empresa, resultado da compreensão de seu papel de agente de melhorias sociais.

7. Governo e Sociedade: o comportamento ético pressupõe que as relações entre a empresa e governos sejam transparentes para a sociedade, acionistas, empregados, clientes, fornecedores e distribuidores. Cabe à empresa uma atuação política coerente com seus princípios éticos e que evidencie seu alinhamento com os interesses da sociedade.

Estes indicadores¹¹ têm como base um questionário de avaliação, no qual as empresas podem medir o grau de efetivação da responsabilidade social em suas ações, ou seja, é uma ferramenta de gestão e planejamento que auxilia as empresas na implantação das ações sociais.

Outra ferramenta de gestão surgida para auxiliar as empresas que estão caminhando para a responsabilidade social é o *Balanco Social*. Inicialmente

¹¹ Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Apresentação da Versão 2000. Instrumento de avaliação e planejamento para empresas que buscam excelência e sustentabilidade em seus negócios. Junho/2000.

proposto pelo IBASE (ANEXO A), em 1997, onde Herbert de Souza, o Betinho, iniciou uma campanha para as empresas utilizarem uma ferramenta de gestão empresarial, o balanço, para divulgar suas ações sociais, e captar a evolução dos seus investimentos nessa área.

O pressuposto básico do Balanço Social é que a sustentabilidade social e ambiental não são externalidades dos negócios empresariais, mas elementos intrínsecos. Porque qualquer atividade econômica traz embutida em si mesma uma dimensão social e ambiental. Mesmo que não se possa atribuir todo o problema do desenvolvimento humano sustentável, socialmente justo, democrático e participativo, ao modo como se organiza e se desenvolve a pura atividade econômica. (GRZYBOWSKI, 2000, p.89).

Atualmente no Brasil não existe um único modelo de Balanço Social, e sua elaboração por parte das empresas é voluntária. Segundo Schroeder (2001), existe para esta situação de não padronização, duas vertentes, uma positiva e uma negativa. A positiva é que com a não padronização as empresas podem divulgar o *Balanço Social de acordo com a sua realidade*. A negativa é que torna-se muito difícil estabelecer um parâmetro de comparação entre as empresas, dificultando uma análise mais aprofundada das contribuições sociais das empresas brasileiras.

O balanço social em países como Estados Unidos, Alemanha, Holanda, Inglaterra e Bélgica também não são obrigatoriamente divulgados, mas este instrumento em tais países é amplamente utilizado, e já está bem solidificado, devido a dois fatores básicos: a pressão social e a conscientização dos empresários.

Na França e em Portugal já existe uma lei que obriga a divulgação do balanço social. Na França ele foi divulgado obrigatoriamente desde 1977, onde as empresas com no mínimo 750 empregados deveriam publicar seu balanço social. A lei francesa coloca que as empresas devem publicar obrigatoriamente indicadores como: estatística sobre emprego, remuneração e encargos acessórios, condições de

higiene e segurança, condições de trabalho, formação de pessoal, relações profissionais e condições de vida dos trabalhadores e seus familiares. (KROETZ 1998 apud SCHROEDER, 2001).

Segundo Schroeder (2001), o balanço social de Portugal divide-se em dois grandes grupos. Um é de natureza predominantemente qualitativa, ou seja, qualidade de emprego, estrutura etária do pessoal, antigüidade, nacionalidade, habilitações, promoções, tempos de trabalho, ausências e suas causas. O outro é de natureza quantitativa, como custos com pessoal, higiene e segurança, formação profissional, proteção social complementar.

A obrigatoriedade na divulgação do balanço social traz muitas divergências. No caso do balanço social francês, Schroeder (2001) coloca como uma das principais críticas o fato de que com a imposição da lei, as empresas fazem apenas o que é estritamente necessário para atender os critérios da lei.

Segundo Landier (2000 apud, SCHROEDER, 2001), na França a engrenagem na qual o Estado encontra-se inserido é perigosa, pois a partir do momento em que pensa estar melhor colocado que os interessados para impôr certas soluções, também pode reduzir as ações das empresas em apenas executoras de exigências impostas às mesmas, podendo assim, ocorrer ineficiência nas suas ações.

Em relação ao balanço social português, Schroeder (2001) apresenta como críticas o fato de que ele restringe-se ao preenchimento de um formulário que abrange informações referentes especificamente, ao recursos humanos da empresa.

No Brasil, esta obrigatoriedade reúne posições divergentes, mas já existe no Congresso Nacional o Projeto de lei nº 032/99 (ANEXO B), em tramitação que

obriga as empresas privadas com mais de cem empregados e empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública estas últimas independentemente do número de empregados, a elaborar um balanço social anual.

Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente. (Projeto de lei n. 032/99. Art.3.)

Grzybowski (2000) coloca que até este ano aproximadamente 40 empresas já incorporaram o modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE, outras empresas no entanto, publicam o Balanço Social limitando-se a uma descrição de projetos financiados, visando mais a publicidade sem uma preocupação analítica.

Sobre a divulgação do Balanço Social Castro (2000, p. 88), salienta que:

[...] é uma oportunidade para as organizações apresentarem os resultados de suas relações com os colaboradores, com o meio ambiente e com a comunidade. Afinal, cada vez mais os movimentos sociais e ONGs têm empunhado a bandeira da responsabilidade social e da cidadania empresarial. O grande soberano, o consumidor potencial, está atento ao comportamento das empresas nesse campo.

No entanto Schroeder (2001) questiona sua legitimação, pois uma vez que obrigatório passa a ser visto apenas como cumprimento de lei, e não como conscientização do empresariado em abarcar a responsabilidade social.

Perottoni (1998, p. 82 apud, SCHROEDER, 2000, p. 77) insere-se nessa discussão colocando que: “Estabelecer formas e conteúdos será uma maneira de inibir iniciativas, hoje já concretas, de ampla informação da política social de cada entidade, passando estas por certo, a informar somente o estritamente exigido pela legislação.”

Por fim Schroeder (2001) coloca que o que vem a ser questionado não é a publicação do balanço social por parte das empresas, o que pode ser de extrema importância para a sociedade e empresas. O que está sendo discutido são as questões em torno do Balanço Social, ou seja, sua obrigatoriedade ou não, e ainda os entraves que muitas empresas encontram para efetuar a divulgação, a medida que esse ato envolve questões financeiras, operacionais e de legitimidade junto ao ambiente que se relacionam.

No próximo tópico será aprofundada a questão do voluntariado e filantropia, situando seu surgimento, que servirá como base para o estudo de caso realizado com o Programa de Voluntariado da Celesc.

2. AÇÕES FILANTRÓPICAS E VOLUNTARIADO

2.1. As Ações filantrópicas e o voluntariado no Brasil

Conceitos como *assistência*, *filantropia*, *benemerência*, tão difundidos nos dias atuais confundem-se e mesclam-se conforme coloca Mestriner (2001, p. 14):

Entre conceitos políticas e práticas, tem sido difícil distinguir o compromisso e competências de cada uma destas áreas, entendidas como sinônimos, porque de fato escondem – na relação Estado-sociedade – a responsabilidade pela violenta desigualdade social que caracterizava o país.

A filantropia (palavra originária do grego: *philos*, significa amor e *antropos*, homem), segundo Mestriner (2001, p.14), “[...] relaciona-se ao amor do homem pelo ser humano, ao amor pela humanidade”.

Mestriner (2001) caracteriza ainda a filantropia como constituída no campo filosófico e moral dos valores, comparando com o altruísmo e a comiseração, levando a um voluntarismo.

As ações voluntárias e a filantropia, são bastante antigas e marcantes na realidade brasileira.

Spozati (1994 apud Mestriner, 2001), diferencia filantropia e benemerência, identificando a primeira como tendo uma racionalidade que já chegou a conformar uma escola social positiva, e a segunda se constitui na ação do dom, da bondade, que se concretiza pela ajuda ao outro. “A assistência, no seu sentido mais lato, significa auxílio, socorro. Onde quer que haja uma necessidade que o interessado não pode resolver por si e não consiga pagar com dinheiro, a assistência tem o seu lugar.” (CORREIA, 1999, p.13 apud MESTRINER, 2001).

Na América Latina, a colonização deu-se através do Estado, com as Coroas Portuguesa e Espanhola, juntamente com a hierarquia do catolicismo, onde Corullón e Filho (2002), salientam que, “Dessa maneira, nossas sociedades moldaram-se identificando o espaço de atuação pública como sendo exclusivamente estatal ou religioso”. (CORULLÓN e FILHO, 2002, p. 23).

Corullón e Filho (2002), colocam ainda que no Brasil e Sul dos Estados Unidos, o sistema produtivo foi organizado sob a forma de grandes plantações, utilizando-se do trabalho escravo, “[...] o escravismo parece ser exatamente a antítese das idéias de comunidade e de voluntariado”.

A caridade mostrou-se à história com diversas faces, ou seja, com intenções diferenciadas, constituindo-se por explorações, repressão e dominações diversificadas, conforme Martinelli (1987):

Desde a era medieval e avançando para épocas mais recentes, que atingiram até mesmo o século XIX, a assistência era encarada como forma de controlar e de ratificar a sujeição daqueles que não detinham posses ou bens materiais. (MARTINELLI, 1987, p. 85).

A Igreja Católica teve papel importante na configuração da sociedade, onde segundo Landim (1993, p. 12), por quase quatro séculos até a República ser proclamada em 1889, o regime que vigorava no Brasil era o de padroado, [...] “modelo de cristandade predominante à época das conquistas coloniais, essas eram revestidas do caráter de cruzadas para a conversão de novos povos ”[...].

A Igreja Católica que se implantou no Brasil via Portugal foi uma peça fundamental na legitimação do poder político do Estado colonizador, contribuindo para a montagem e consolidação dessa sociedade colonial de perfil patriarcal e autoritário. (LANDIM, 1993, P. 12).

As ações filantrópicas no período colonial eram sempre associadas ao papel da Igreja, de qual provinham as iniciativas e os valores filantrópicos.

A Igreja contribuiu com práticas autoritárias mesmo proclamando a “máxima da caridade aos mais humildes” sendo que no século XIV o Papa assumiria mais a condição de um monarca do que a de um líder religioso, Martinelli (1987) coloca que: “A espiritualidade religiosa foi substituída por uma preocupação mercenária que tornou a Igreja insensível á sorte de milhares de camponeses que viviam em um regime de brutal escravidão. (MARTINELLI, 1987, p. 86).

O catolicismo implantado no Brasil não foi apenas religião do Estado caracterizou-se também, pelas práticas do catolicismo popular desenvolvendo-se por uma grande quantidade de leigos não articulados entre si, através de trabalhos religiosos atribuídos a um corpo clerical reduzido e segmentado.

É o catolicismo dos santos padroeiros, das devoções, das festas, das romarias, dos santuários e capelas erigidas por toda parte pela população, das confrarias, o qual prescinde no cotidiano da mediação de especialistas eclesiásticos para funcionar. (LANDIM, 1993, p. 14)

Neste campo encontram-se as associações voluntárias, ou seja, associações religiosas conhecidas como confrarias¹² que se dividem em dois tipos principais: as Irmandades e as Ordem Terceiras.

São essas também, exemplos de entidades sem fins lucrativos na área da saúde, pois segundo Landim (1993), “são as Irmandades da Misericórdia responsáveis pelos primeiros hospitais, asilos e manicômios brasileiros”. (LANDIM, 1993, p. 14).

Ao lado das Confrarias e Irmandades, as Ordens Religiosas também desempenham papel importante, em termos de assistência no campo da saúde e da

¹² As confrarias, Irmandades e Ordem Terceiras, são ambas de Origem medieval. A primeiras seriam de sobrevivência de corporações de artes e ofícios e as segundas associações que se vinculam às tradicionais ordens religiosas medievais, especialmente aos franciscanos, carmelitas e dominicanos. (Cf. Beozzo, 1977; Azzi; 1969 apud LANDIM, 1993, p. 14).

educação no Brasil, nos últimos vinte anos do século XVI, chegaram ao Brasil os franciscanos, os beneditinos e os carmelitas.

As ordens e congregações religiosas crescem e tomam autonomia ocasionando conflitos com o governo colonial que coibe sua atuação, conforme Landim (1993), o ponto culminante desse processo é a expulsão da Companhia de Jesus do país. “Ao final da era colonial, o estado das ordens religiosas não era dos mais brilhantes, a partir de sucessivas intervenções do poder civil em seu funcionamento”. (LANDIM, 1993, p. 15)

Sendo assim no século XIX acontece segundo Landim (1993), uma quebra da simbiose entre a Igreja e o Estado, o qual afirma uma perspectiva leiga e racionalista da Igreja, tentando aproveitar-se de recursos técnicos e humanos para assegurar os recursos públicos, antes dominados exclusivamente pela Igreja.

No final do século XIX as associações voluntárias recebem destaque, substituem-se as devoções das Irmandades por novas, de origem européia.

A Igreja passa a estabelecer vínculos com as massas e com organizações dos seus fiéis, conforme salienta Landim (1993). “É o modelo de uma Igreja que, em sua missão, colabora com o Estado na manutenção da ordem social – respeitando-se a nítida distinção entre as ordens temporal e espiritual”. (LANDIM, 1993, p. 18).

Sendo assim, na década de 30 inicia-se um novo período de relações entre a Igreja e o Estado, onde a Igreja colabora com o Estado na manutenção da ordem social.

Na ampla colaboração entre Igreja e Estado representam certamente um papel significativo a multiplicidade de entidades sem fins lucrativos nas áreas da educação, saúde e assistência social. Também a filantropia exercida por

empresários ou outros setores dominantes da época passa, como se viu, pelos espaços da ação social da Igreja". (LANDIM, 1993, p. 18).

Ainda no século XIX as demais religiões também desenvolvem ações sociais, diversificando-se um pouco, prestado pela Igrejas protestantes e grupos espíritas, onde segundo Corullón e Filho (2002, p. 23), "Na doutrina Kardecista, por exemplo, a prática da caridade é condição para a evolução do espírito em suas diversas encarnações".

Nas religiões afro-brasileiras a prática do voluntariado é muito utilizada, pois nos cultos dessas religiões, "terreiros", as pessoas vão em busca de assistência material e articulam formas de trabalho voluntário, conforme colocam Corullón e Filho (2002).

Corullón e Filho (2002), salientam ainda que o voluntariado tem raízes muito antigas no Brasil e segundo eles é movido por três sentimentos, chamados de "molas propulsoras do voluntariado", são eles:

- **A compaixão** – religiosidade, no qual suas raízes encontram-se nas Santas Casas, implantadas no Brasil a partir do século XVI baseado no modelo de Portugal. Os católicos continuam desenvolvendo grandes trabalhos sociais, citado por Corullón e Filho (2002), como exemplo a Pastoral da Criança, atuando na área da saúde materno-infantil, mobilizando cerca de 120 mil pessoas que prestam trabalhos voluntários.
- **A solidariedade** - ou seja apoio mútuo, "sentimento que leva um grupo de pessoas a se unir e se auto-ajudar ", onde eles colocam como exemplo as religiões afro-brasileiras, sendo que a inspiração maior, se encontra muito mais na solidariedade e apoio mútuo, o que não exclui a compaixão.

- A terceira mola propulsora é a **indignação** – voluntários e militantes, ligada a atualidade, é a indignação contra a miséria, as más condições de educação, de moradia e de cultura, onde canalizava-se para a militância política, ou seja, nos campos das lutas políticas resolvia-se todas as situações, tendo o Estado um papel mais centralizado do que se tem na atualidade.

A Ação social também merece destaque na execução de trabalhos voluntários. No século XX, em consequência das revoluções e do populismo, o Estado assume obrigações sociais atribuídas anteriormente à Igreja, surgindo os órgãos governamentais de assistência social. Em São Paulo o Centro de Estudos e Ação Social mantinha também a formação especializada de pessoal para prestação da assistência social, a partir daí surgem as primeiras escolas de Serviço Social, nessa época destinada à assistência aos mais carentes e ao papel das primeiras-damas.

As entidades de assistência social possuem uma característica mais tradicional, e segundo Landim (1993), há uma proximidade maior da “sociedade submersa”, ou seja dos “grupos esquecidos”.

Um grande marco nas ações de assistência a criação da Legião Brasileira de Assistência - LBA, órgão governamental responsável pela população que não poderia se auto sustentar, tendo o trabalho voluntário como marca, acreditando nos sentimentos de boa vontade e de responsabilidade com o próximo para arrecadação de força de trabalho. No Governo Vargas, o voluntariado será amplamente estimulado por meio das comissões municipais da LBA que se espalharão por todo o país.

Durante o regime militar, várias formas de associações foram surgindo por parte da sociedade civil em oposição ao Estado, eram ligadas à “Igreja Popular” e à

esquerda, e segundo Landim (1993), muitas vezes eram mantidas na clandestinidade, mesmo sendo legalizadas.

As Associações Comunitárias e de Moradores, de presença generalizada no país e se estruturando nacionalmente, criaram laços com grupos nas bases da sociedade, muitas vezes informais, estruturados em função de objetivos diversificados, como os “de compra e venda”, de “mães”, de “produção comunitária”, de “luta contra a carestia”, de “jovens”, etc. (LANDIM, 1993, p. 32).

Landim (1993) coloca ainda, que estas entidades de característica representativa vão assumir os interesses públicos na prestação de serviços e no campo político, assumindo um papel de oposição em relação ao governo autoritário durante aquele período.

Na década de 80, os sindicatos fortaleceram-se muito, conforme salienta Landim (1993, p. 33). “[...] Essas associações tiveram também um papel fortemente político durante o período”. As lideranças sindicais nesta época eram capazes de intervir no sistema político, influenciando as esferas executiva, legislativa e judiciária.

Neste contexto surgiram as organizações não governamentais - ONGs, onde segundo Landim (1993), este termo começou a ser utilizado em meados da década de 80 com o intuito de identificar um conjunto de entidades que vieram se formando desde os anos 70, “[...] misturando cristianismo e marxismo, militância e profissionalismo, dentro de um quadro de crescente cooperação internacional não governamental [...]” (LANDIM, 1993, p. 33)

A idéia aqui era a de mudar o modo de produção e assim reformar a sociedade, o que gerou muitos conflitos com a polícia desmontando o sonho socialista.

Em 1981, um grupo de exilados políticos que retornavam ao país, fundaram o IBASE, que no final da década de 80 passou a desenvolver ações de pressão política, campanhas públicas, etc.

Na década de 90 surgem as campanhas contra a fome, aumentam as lutas ecológicas, os consumidores tornam-se mais críticos e cientes dos seus direitos, aumenta-se maciçamente o surgimento das ONGs, Corullón e Filho (2002) citam como exemplo mais conhecido, o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, um dos fundadores do IBASE, em sua "Ação da Cidadania contra a Fome, a Miséria e pela Vida", mobilizando segundo dados do IBOPE, cerca de 30 milhões de pessoas.

Landim (1993, p.39) fala da crise de valores, como os da militância política, associadas às transformações sociais:

[...] ao crescimento do ideário ecológico, ao *revival* religioso e espiritualista nos centros urbanos, etc; também parece propiciar um clima de "degelo" quanto ao campo da filantropia. Criam-se aberturas para novos discursos entre as camadas médias urbanas intelectualizadas que lidam com as questões sociais, os quais já chegam à mídia.

Hoje o voluntariado passa ter um novo olhar por parte da sociedade, Corullón e Filho (2002), salientam que, aqueles voluntários filiados a ONGs, provenientes da militância política, mesmo sem deixar de lado suas antigas utopias, passam a exercer seu trabalho agregando a idéia de transformação social à prática do voluntariado.

Em 1996 surge o Programa Voluntários do Conselho Comunidade Solidária, tendo como um dos seus objetivos o estímulo ao novo padrão de voluntariado participativo e cidadão. Outro ponto importante do Programa, conforme salientam Corullón e Filho (2002), era dar organicidade nacional ao movimento, oferecendo incentivo e condições para que se criassem centros de voluntários. "Em quatro anos,

foram constituídos mais de 30 centros voluntários, instituições inéditas no país, espalhados por 16 Estados e Distrito Federal”. (CORULLÓN e FILHO, 2002, p. 26).

A realidade social apresenta um campo propício para a criação de alternativas particulares, fala-se em um paradoxo, onde de um lado está o Estado devendo exercer o seu papel de prover políticas sociais, e de outro está a população, reivindicando através de movimentos sociais uma maior participação nas esferas de decisões em relação ao setor público.

Há um consenso entre os autores e estudiosos do terceiro setor de que o Estado cada vez mais transfere para a sociedade suas funções de atuação social sanando uma carência por qual passa hoje o poder público, atender à todas as demandas da sociedade civil.

Neste contexto de ineficiência das políticas sociais, aparece o voluntariado moderno, como uma forma de mobilização e participação da sociedade civil na busca de solucionar ou amenizar os problemas sociais existentes.

Otávio Frias Filho coloca que:

A ideologia do trabalho voluntário não é porém de resignação. Ela renuncia ao plano das estruturas para atuar no nível, muito mais palpável e vital, que são as microestruturas do cotidiano. E então se abre uma gama infinita: alfabetização de adultos, atendimento aos doentes, núcleos comunitários, etc. É claro que há limites para essa forma de ação pulverizada. A vida da maioria das pessoas continua a depender das engrenagens daquelas que se tentou, em vão, mudar, para bem ou para mal. Mas seria errado também, subestimar a atração do trabalho voluntário, pois ele se nutre em mais que mera boa vontade. (FILHO, entrev. 01/02/01).

Porém segundo Montanõ (2002), programas como o “Ação de Cidadania contra Fome e a Miséria e pela Vida”, tratam-se de ações emergenciais, cujas respostas não são capazes de resolver a médio e longo prazos as questões relacionadas à

fome e miséria, estabelecendo assim, uma relação dependente por parte da população.

Mas o que se percebe atualmente é que as associações voluntárias vão crescendo e se politizando, obtendo um novo olhar, onde a prática do voluntariado passa a ser vista não mais como assistencialista, e sim como um trabalho qualificado, prestado por pessoas engajadas no sentimento de solidariedade vigente.

Rosanvallon (1997 apud Montañó 2002) acredita que para reduzir a demanda destinada ao Estado é necessário que se crie uma legislação adequada que legalize as ações sociais realizadas pela sociedade civil, estimulando assim os “espaços de troca e de solidariedade voluntária”, implicando em menos responsabilidades ao mercado e Estado.

Atento a esta idéia, em fevereiro de 1998, o Presidente Fernando Henrique Cardoso sanciona a Lei nº 9.608 (ANEXO C), regulamentando todas as atividades não-remuneradas prestadas por pessoas físicas à entidades públicas ou privadas sem fins lucrativos, valorizando ainda mais o trabalho voluntário.

Esta lei tem como parágrafo único do seu art. 1º. “O serviço voluntário não gera vínculo empregatício, nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afins.’ A oportuna nova lei dá segurança e estimula o florescimento e ampliação de projetos de voluntariado”. (FALCÃO, In: <<http://www.rits.com.br/>>).

Em relação a isto, Montañó (2002) salienta que, “[...] neste pensamento, o Estado é claramente garantidor do desenvolvimento do ‘terceiro setor’, na sua assunção de funções e responsabilidades sociais que aquele vai abandonando.”

Em 2001 a ONU, *declarou o Ano Internacional do Voluntariado*, que fortificou ainda mais os movimentos e ações voluntárias, expandindo através da mídia essa idéia a todos os setores da sociedade.

Essa revalorização do voluntariado, enquanto encontro da solidariedade com a cidadania, se desenvolve paralelamente a outro fenômeno recente de grande alcance: o comprometimento cada vez maior do empresariado brasileiro com a noção de responsabilidade social. Ampliou-se significativamente nos últimos anos o número de empresas que não apenas financiam projetos de interesse social, como também incentivam seus executivos e funcionários a colocarem sua competência a serviço da melhoria da comunidade. (CARDOSO; FRANCO e OLIVEIRA, 2000,p. 13).

Grajew e Oliveira¹³ (2001), ambos respectivamente representantes do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Programa Voluntários do Conselho Comunidade Solidária, falam sobre as novas formas de atuar na esfera do voluntariado, sendo que um dos focos principais seria o voluntariado empresarial, que diante do interesse crescente das empresas brasileiras em desenvolver práticas socialmente responsáveis, é o que está sendo abordado no item seguinte.

2.2. Voluntariado Empresarial

O investimento por parte das empresas em questões de interesse público, tão discutido na atualidade, não pode ser tratado como novo.

Segundo Borger (2001), a filantropia empresarial, tradução do termo *corporate philanthropy*, tem suas origens no modelo norte-americano, com raízes na tradição protestante de doação e na característica familiar das empresas.

Os "empresários"- as empresas faziam doações a causas valorosas, uma doação pessoal e corporativa, assim como se envolviam diretamente em projetos e programas (construção de casas, escolas, hospitais etc.) para os empregados e a comunidade local, especialmente para contribuir para as

¹³GOLDBERG, Ruth. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. São Paulo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; Programa Voluntários do Conselho Comunidade Solidária, 2001.

atividades filantrópicas sem fins lucrativos. A decisão sobre a quem, como e quanto doar era dos proprietários – indivíduos e não da empresa. O surgimento das empresas de sociedade anônima com a propriedade dispersa por vários acionistas estendeu as atividades filantrópicas do pessoal para a empresa. Foram criadas fundações e fundos ligados ao nome das famílias (Rockefeller, Ford, Bill Gates, Kellog's, McArthur) para separar as atividades sem fins lucrativos das atividades relacionadas aos negócios da empresa. (BORGER, 2001, p. 28).

Essa prática tradicional nos Estados Unidos, passou a ser difundida por todos os países principalmente na década de 80, em decorrência do processo de globalização.

Na década de 90, iniciam-se os debates sobre o trabalho voluntário contínuo, e doações isoladas aos menos favorecidos. Landim e Scalon (2000 apud BORGER, 2001), falam sobre a diferença entre o trabalho voluntário comum no país e o modelo de voluntariado dos Estados Unidos, onde aqui a principal motivação seria a religiosa e reforçada por laços pessoais. Mas o que se tem tentado divulgar pela mídia, por instituições privadas de ação social e por entidades de origem empresarial é o conceito de voluntariado norte-americano, o qual não possui característica assistencialista, e sim propagam-se conceitos como participação, exercício da cidadania, continuidade nas ações, avaliação de resultados, entre outros.

Conforme abordado anteriormente, o processo de globalização, produz vários problemas sociais, onde o Estado não dá conta de atender a todas as necessidades, Melo Neto e Froes (2001) falam sobre a nova racionalidade social, surgida para substituir a lógica econômica globalizante.

O quadro abaixo resume as características da nova racionalidade social:

Nova racionalidade social
1. As empresas como principais agentes.
2. Foco na comunidade e não na sociedade.
3. Ênfase na prática da solidariedade empresarial e não local ou regional.
4. Desenvolvimento da comunidade a partir das ações empresariais.

5. A empresa como agente investidor social, e não o Estado ou a sociedade.

Quadro 4- Características da nova racionalidade social

FONTE: Melo Neto e Froes (2001, p 7).

Melo Neto e Froes (2001, p.8) colocam ainda que o Estado continua a ter a sua importância, pois ele ainda é o único capaz de formular e implementar políticas sociais que atinjam toda sociedade, mas os autores falam também de um outro fator determinante:

Hoje o elemento inovador é ação social das empresas, articulada com governos locais, ONGs e demais entidades da comunidade. Tais ações empresariais, com elevada solidariedade social, objetivam encontrar novas formas de inserir socialmente as empresas no âmbito das comunidades e fazê-las contribuir ineficazmente para o desenvolvimento sócioeducativo.

Sendo assim, segundo Goldberg (2001), tem-se o voluntariado empresarial, prática que passou a ter importância no Brasil na segunda metade dos anos 90, juntamente com a ascensão do tema do voluntariado e da atuação social das empresas, sendo entendido como uma frente de estímulo à participação social.

Segundo Corullón e Filho (2002), os programas de voluntariado empresarial vieram para o Brasil através de multinacionais de origem norte-americana, sendo estimulados pelo **Programa Voluntários** do Conselho da Comunidade Solidária - CCS, a partir de 1996.

Goldberg (2001, p. 24) define o voluntariado empresarial como “[...] um conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento dos seus funcionários em atividades voluntárias na comunidade.” A autora coloca ainda que a expressão é utilizada para designar a prática do voluntariado em si, quando trata-se de um grupo de voluntários ligados diretamente a uma empresa, ou de maneira indireta, como ex-funcionários e aposentados.

O trabalho voluntário nas empresas é visto também como uma porta de entrada para o exercício da responsabilidade social, ele está incluído nos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, quando trata-se da Comunidade.

O trabalho voluntário tem sido considerado um fator de motivação e satisfação das pessoas em seu ambiente profissional. A empresa pode incentivar essas atividades, liberando seus empregados em parte de seu horário de expediente para ajudar organizações da comunidade ou dando incentivos aos empregados que participam de projetos de caráter social. (Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, 2000, p.23).

Existem muitas entidades que apóiam o desenvolvimento de Programas de Voluntariado dentro da empresa. Em Santa Catarina uma delas é o Instituto Voluntários em Ação – IVA/SC, que tem como objetivo propiciar o encontro entre pessoas dispostas a doar parte de seu trabalho, tempo e talento para causas sociais, bem como incentiva o engajamento comunitário e empresarial.

O IVA/SC foi fundado em 1998 e tem dado sua contribuição efetiva para o aumento da cultura e a prática do voluntariado no Estado.¹⁴

Um Programa de Voluntariado pode ser implantado a partir da iniciativa do empregador ou dos próprios empregados.

Esses programas de incentivo ao trabalho voluntário são bons para a comunidade, mas também para as organizações. Além de contribuir para uma imagem positiva da empresa na comunidade e entre os clientes, o trabalho voluntário tem repercussões significativas no desempenho da organização. (DETONI, Folha de São Paulo, 2001, p. 10).

Corullón e Filho (2002) colocam que a primeira pesquisa realizada sobre o tema, a qual se deu por iniciativa do Programa Voluntários do CCS, mostrou como resultado que não existe um único modelo brasileiro de apoio ao voluntariado nas empresas, e sim encontram-se várias formas de incentivar e implantar tais

¹⁴ SÁ, Fernanda Bornhausen. Informativo do Instituto Voluntários em Ação. nº 5/dezembro, 2001.

programas. Compreende-se assim, que o modelo do Brasil ainda depende de um acúmulo maior de experiências para que seja construído.

Outra pesquisa sobre voluntariado empresarial, foi realizada pelo SEBRAE, em fevereiro de 2000. Tal pesquisa mostrou que é representativa a participação das micro e pequenas empresas em programas de ação social. As áreas de atuação a qual as empresas dão prioridade são as de saúde e educação, tendo como público alvo preferido, crianças e adolescentes.

Finalmente Goldberg (2001) classifica o trabalho voluntário empresarial como uma “rota estratégica”, trazendo ganhos para a empresa, comunidade e funcionários. Em relação ao social, reduz problemas que afligem a comunidade, melhorando a qualidade de vida, contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e em última instância contribui para a perpetuação das atividades da empresa. Em relação aos negócios, um programa de voluntariado empresarial estimula o desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais, promove lealdade e satisfação com o trabalho, ajudando a reter funcionários qualificados. Outro fator interessante é que pode contribuir para a empresa promovendo sua marca e melhorando sua imagem no mercado.

3.CELESC, SERVIÇO SOCIAL, RESPONSABILIDADE SOCIAL E VOLUNTARIADO

3.1. A Celesc

A Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. é uma empresa de economia mista onde o Estado detém 50,18% das ações ordinárias e 20,2% do capital total. Responsável pela distribuição de energia elétrica em Santa Catarina, atende 1.804.503 consumidores. Seu parque gerador possui uma capacidade instalada de 80,60 MW, equivalente a 3,5% da demanda total. Atualmente possui 4.240 empregados.

Criada pelo Decreto Estadual nº 22, editado em dezembro de 1955, pelo Governador Irineu Bornhausen, com objetivo de planejar, construir e explorar o sistema de produção, transmissão e distribuição de eletricidade no Estado.

A princípio, a Celesc funcionou mais como um órgão de planejamento do sistema elétrico estadual. Depois, assumiu o papel de *holding* até começar a incorporar, gradativamente, o patrimônio das antigas empresas regionais, iniciando assim, seu ciclo de expansão.

A consolidação técnica da Celesc e o delineamento definitivo do sistema elétrico estadual ocorreu a partir de 1965, com a construção da Linha de Transmissão Tubarão – Lages – Joaçaba – São Miguel d'Oeste.

Gradativamente a Celesc cobriu todo o estado e tornou-se a estatal catarinense mais importante. Atualmente está entre as maiores distribuidoras de energia elétrica do Brasil.

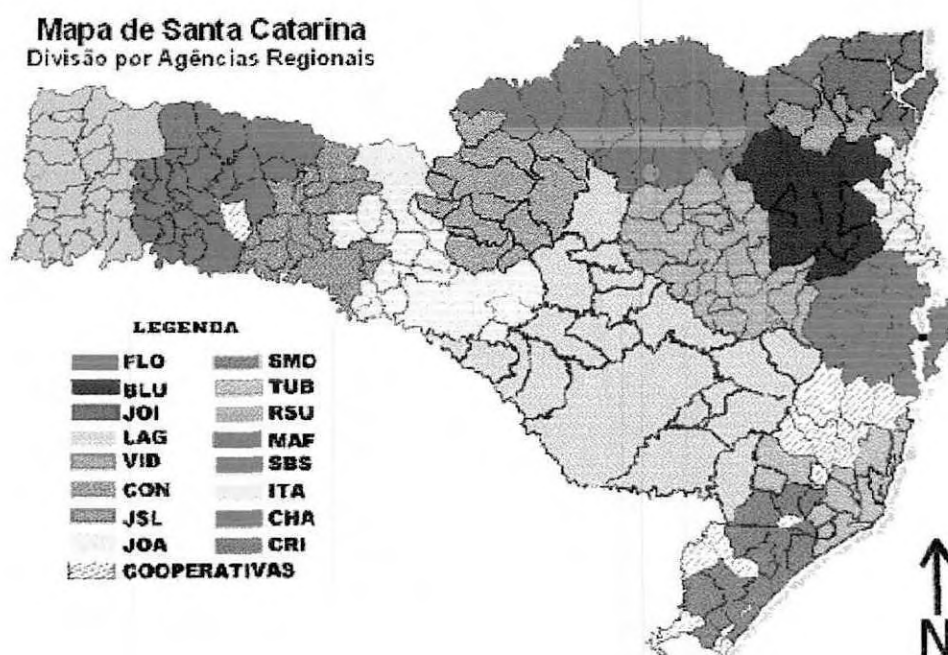
Hoje a Celesc é uma sociedade anônima de capital aberto, tendo como acionista controlador o Governo do Estado de Santa Catarina. A missão da empresa

destaca seu compromisso de “garantir energia e serviços para o desenvolvimento sócio-econômico e qualidade de vida, remunerando adequadamente seus acionistas.”

Em relação aos seus objetivos, possui cinco diretrizes:

- ✓ Garantir energia à sociedade;
- ✓ Promover a valorização e o bem estar do corpo funcional;
- ✓ Maximizar a remuneração dos acionistas;
- ✓ Melhorar a qualidade de fornecimento e comercialização;
- ✓ Contribuir para o desenvolvimento social e conviver de forma harmônica com o meio ambiente.

A Celesc divide-se em dezesseis setores regionais, chamados de agências. Possui uma Administração Central, responsável por toda política interna da Empresa, e uma Agência Regional, ambas localizadas na Capital. As outras agências distribuem-se por todo o Estado.



As cores no mapa, da página anterior mostram as diferentes agências da Celesc distribuídas por todo o estado. Cada agência é responsável pelo fornecimento de energia aos municípios correspondentes à sua área de atuação.

A área de atuação da Celesc foi ampliada após a Lei nº 11.333 ter sido sancionada, em dezembro de 1999. Além de planejar, projetar, construir e explorar sistemas de produção, transporte, armazenamento, transformação, distribuição e comércio de energia e serviços correlatos, surgiram novas possibilidades de negócios.

Em meio a tantas transformações sociais, a Celesc precisou estudar alternativas de sobrevivência. A fórmula estatal clássica, que vigorava desde a década de 50, já não garantia a continuidade de bons serviços nem o equilíbrio da empresa. Privatização pura e simples não parecia ser a solução mais adequada. A solução, que recebeu o aval do Governo do Estado, foi a adoção de um modelo compartilhado, reunindo as melhores práticas privadas e estatais.

Criou-se um grupo de trabalho formado pelo Acionista Majoritário (Governo do Estado de Santa Catarina), Fundação Celesc de Seguridade Social (Celos), Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil (Previ), Eletrobrás, Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (Fiesc), diretores da Empresa e representantes dos empregados para dar forma ao modelo alternativo.

A mudança para o novo conceito de empresa pública está sendo gradual. A lei prevê a criação das empresas de Geração e de Telecomunicações, subsidiárias da Holding, num primeiro momento, responsável também pela distribuição. Está prevista ainda uma terceira subsidiária, a Celesc Distribuição. Com a nova configuração, caberá à Holding o papel de planejar e controlar as subsidiárias, atuar

no mercado de capitais e fomentar ambientes para novos negócios, pela promoção de parcerias e de inovação tecnológica.¹⁵

Tem-se no próximo item algumas considerações sobre responsabilidade social na Celesc, segundo relatório realizado.

3.1.1. Responsabilidade Social na Celesc

Em 2000 a Celesc recebeu o prêmio Abradee, pela segunda vez, tornando-se bicampeã na preferência do cliente. Este prêmio é concedido pela Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica e visa estimular as concessionárias a buscar a satisfação do cliente.

Em maio de 2000, a Celesc foi eleita a Empresa do Século em Santa Catarina, junto com mais 19 empresas em outras categorias.

Na edição 2000 do ranking Melhores e Maiores da Revista Exame, a Celesc ocupa o 11º lugar entre as 50 maiores estatais brasileiras e o 28º Entre as 50 maiores prestadoras de serviços, sob critérios de vendas.

No ranking das 300 maiores empresas da Região Sul divulgado pela Revista Expressão e Fundação Getúlio Vargas, a Celesc aparece como a 4º maior empresa de Santa Catarina.

Atenta à questão da responsabilidade social a Celesc respondeu em 2001 o questionário Indicadores Ethos de Responsabilidade Social.

O novo Modelo de Gestão da Celesc, citado no item 3.1, democratiza e

¹⁵ Centrais Elétricas de Santa Catarina. Relatório de Gestão. 1999/2002.

reforça a postura de responsabilidade social. A Empresa tem entre suas políticas a universalização dos serviços, a promoção de ações sociais, a prevenção de acidentes, a certificação de qualidade e o desenvolvimento sustentável. Através do Conselho de Consumidores, órgão consultivo formado por voluntários, é assegurada a participação da sociedade nos processos decisórios.¹⁶

Neste capítulo serão feitas algumas considerações sobre a Responsabilidade Social na Celesc, segundo relatório realizado¹⁷, pelo escritório de Qualidade da mesma, o qual desenvolve o *Programa de Qualidade da Celesc*, agregando funções de um consultor interno, agindo em toda organização a fim de melhorá-la.

Em relação aos Valores atribuídos ao Programa, foram adotados os valores do Prêmio Nacional da Qualidade – PNQ:

- Visão de futuro de longo prazo;
- Valorização das pessoas;
- Responsabilidade Social;
- Gestão centrada nos clientes;
- Foco nos resultados;
- Comprometimento de todos;
- Ação pró-ativa e resposta rápida;
- Gestão baseada em procedimentos e informações;
- Aprendizado contínuo.

Conforme relatório realizado segue-se algumas considerações:

¹⁶ Idem página anterior.

¹⁷ Relatório Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – Celesc

Em relação ao tema Valores e Transparências – os valores da organização são transmitidos aos empregados por ocasião da contratação e esporadicamente, em seu Departamento de Capacitação e Pessoal. Naquela oportunidade, recebem o Manual do Empregado, que também traz informações gerais sobre a organização. A principal obrigação dos empregados, na plenitude do contrato, é prestar o trabalho contratado, na quantidade, local e tempo ajustados. O trabalho deve ser executado *de conformidade com o estabelecido entre os contratantes, mas também sofrerá a incidência de normas ditadas por lei.*

Devidamente formalizado em seu *Manual de Procedimentos*, a Celesc dispõe de procedimentos uniformes para apurar a ação ou omissão de empregados, contratados e estagiários, com lesão ao patrimônio e/ou infringência às normas da Empresa.

No ano 2000, a Celesc deu prosseguimento, com muita densidade, ao seu *diálogo com as chamadas Partes Interessadas- Stakeholders.*

Buscando redefinir seu perfil num cenário cambiante, sem no entanto optar pela privatização pura e simples, formalizou um *Grupo de Trabalho - GT* com representantes do Acionista Majoritário, da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina, dos empregados, do Conselho dos Consumidores e da Diretoria Executiva da Empresa. Este GT continua em vigor e coordena este interessante e inédito diálogo com as Partes Interessadas. Este fórum conta com o apoio formal dos diversos sindicatos que formam a Intercel (Intersindical dos Eletricitários).

Em relação à Comunidade Interna - apesar da greve deflagrada por ocasião das negociações para o Acordo Coletivo, o relacionamento da Celesc com os sindicatos ficou mais cooperativo em 2000. A mobilização para a condução das

mudanças no Perfil da Empresa, em partes exigidas pelo Poder Concedente e aceitas pela Empresa ao assinar o Contrato de Concessão, aproximou as partes. A Direção da Empresa também tem participado de seminários e congressos promovidos pelos sindicatos e/ou representante dos empregados no Conselho de Administração, expondo suas posições em relação às propostas apresentadas na busca de um *Modelo de Gestão* alternativo. A posição clara do Acionista Majoritário, que rejeita a alternativa de privatização clássica para a Celesc, coincide com o princípio sindical de manter a Celesc pública.

Os sindicatos, representados pela Intersindical dos Eletricitários, também continuam participando da Comissão de Recursos Humanos, fórum onde se discutem e se encaminham importantes questões do relacionamento entre Empresa e Empregados. Como resultado, entre outros, houve uma substancial redução (cerca de 80%) do número de reclamações trabalhistas patrocinadas pela instituição sindical.

A atuação do representante dos empregados no Conselho de Administração tem se mostrado igualmente positiva para manter a harmonia entre a Empresa e seus colaboradores. Esta representação contribui para aumentar a transparência da Alta Administração, já que periódicos informativos circulam nas dependências da Empresa com a posição das partes, na forma mais democrática e transparente possível.

Em relação à *Participação nos Lucros ou Resultados*, o benefício é concedido, sem distinção, e de forma homogênea, para todos os empregados. Historicamente, a Empresa tem aceitado posição de conceder benefícios de forma horizontal e universal.

A Celesc mantém um *Programa de Aprendizagem* para Jovens com idade superior a 16, em nível de segundo grau, em diversos níveis de tarefas. No final de 2000, a Celesc, junto com a Delegacia Regional do Trabalho, implantou um *Programa Especial para Capacitação de Operadores de Telemarketing*, incluindo noções da língua espanhola, em atenção ao fluxo turístico de visitantes platinos, sobretudo. Esta iniciativa também conta com a parceria do Senac.

Com relação à contratação de indivíduos pertencentes a grupos minoritários, a Celesc, como empresa pública que só pode admitir empregados mediante concurso, não estabelece qualquer restrição ao gênero, grupo étnico, orientação sexual, idade e posição política para seus colaboradores. Aliás, a pouca expressão da presença de negros e/ou pardos em seus quadros de chefia reflete tão somente a composição da massa de empregados e da população catarinense.

Há muitos anos, consta dos acordos coletivos de trabalho a cláusula de garantia de emprego, salvo quando o empregado apresenta motivos considerados graves, justificando a medida extrema. Qualquer demissão individual na Empresa precisa do aval dos sindicatos.

O *Departamento de Capacitação de Pessoal – DPCP* recebe mais de 2000 empregados por ano para complementar a formação profissional em cursos nas áreas técnicas, administrativa e gerencial, além dos dirigidos ao mercado externo. O DPCP, além de atender à demanda, responde às necessidades estratégicas da Empresa. A implantação de tecnologias de ponta, especialmente na operação, tornou obsoletas as funções tradicionais na área. Duzentos e vinte e seis profissionais estão sendo remanejados para outras funções, devidamente capacitados para as novas atividades.

Quanto à educação formal de seus empregados - em 2000 a Celesc deu um grande passo: firmou convênio com a Secretaria de Estado da Educação para proporcionar a todos a possibilidade de concluir, em regime de supletivo, a educação de segundo grau, às custas da Empresa. Mais de 1.200 cartas-convites foram expedidas ao público interno para levantar os interessados. Duzentos e cinqüenta e seis responderam afirmativamente, e os cursos devem iniciar ainda no segundo semestre do ano em curso. Vale salientar que há apenas sete empregados analfabetos na Celesc.

Quanto aos aspectos de *Saúde, Segurança e Condições de Trabalho* dos empregados e mão-de-obra contratada - além das implementações consideradas em lei, a Empresa tem dado ênfase especial ao seu *Programa de Prevenção e Tratamento das Adcções*. Em 2000, o Programa atendeu 82 empregados, 17 cônjuges e 4 aposentados, num total de 103 pessoas. O investimento financeiro foi de R\$ 70 mil. Em torno de 2000 empregados participaram de treinamento/reuniões de esclarecimento em geral.

Ao contratar empresas especializadas em prestação de serviços, a Diretoria da Empresa é clara e objetiva em relação à necessidade de comprovação do cumprimento das normas de segurança e medicina do trabalho, previstas pela Portaria 3214/78, através do registro do SEESMT - Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho, na Delegacia Regional do Trabalho.

Exercícios físicos no ambiente de trabalho são praticados em algumas áreas da empresa; segundo o interesse dos empregados.

De forma pontual, as agências regionais (16) desenvolvem ações sociais

ligadas à saúde. A Agência Regional de Florianópolis, tem o *Programa Bolsa de Medicamentos*, que tem como objetivo principal atender aos empregados com menor poder aquisitivo na aquisição de medicamentos sem custos financeiros. Além disto, busca-se despertar o sentimento de solidariedade entre os colegas e informar sobre os efeitos nocivos da auto-medicação.

No ano 2000, a Empresa também buscou maior aproximação com os empregados estabelecendo ações para a valorização dos seus talentos artísticos. Exposições de fotografia, artes plásticas, escultura, trabalhos em madeira e outras expressões artísticas fizeram parte do *Programa Prata da Casa*, além da formação do coral Celesc. Algumas agências regionais mantêm o Programa, como a Agência Regional de Florianópolis, onde possuem o mesmo Programa mas aqui ele é chamado *Hora de Brilhar*.

Em 2000, a Fundação Celesc de Seguridade Social, a Associação dos Profissionais da Celesc, a Intercel (sindicatos), a Associação dos Aposentados e Pensionistas da Celesc e a Associação Beneficente dos Empregados da Celesc, juntas, promoveram no ambiente empresarial o *1º Encontro das Mulheres da Celesc e Celos*. O objetivo foi discutir o espaço feminino no ambiente de trabalho e a ocupação de espaços de liderança.

Em relação à preparação para aposentadoria, a Empresa, através do Serviço Social, oferece as informações básicas aos empregados e mantém *Programa de Complementação Previdenciária*.

Sobre os indicadores do Meio Ambiente - a Celesc desenvolveu em 2000 um *Programa de Gestão de Resíduos*, que inclui os Sub-Programas: “*Coleta Seletiva de Papel*”, “*Descontaminação de Lâmpadas*”, “*Gestão de Resíduos*”

(*bifelinas policloradas*) e “*Descontaminação de Resíduos de Filtragem*”.

O *Sub-Programa “Coleta Seletiva de Papel”*, implantado em 1998, destina a entidades assistenciais os papéis recicláveis consumidos nas unidades da Empresa. Até dez/2000, foram doadas 40 toneladas de papel. Menos expressivas em quantidade, mas igualmente louváveis como iniciativas, outras campanhas localizadas foram deflagradas.

A Regional Chapecó, por exemplo, tem o *Programa Verde Vida* e coletou 350 kg de papel para reciclagem em 2000, mais 7kg de copos plásticos para cafezinho.

Em relação ao *Sub-Programa “Descontaminação de Lâmpadas”* cabe ressaltar que trata-se de uma atitude que explicita, na prática, a consciência ambiental da Empresa, sem que qualquer obrigatoriedade legal a tenha pressionado. Implantado em 1998, o *Sub-Programa* contempla todas as unidades da Empresa, tendo resultado, até dez/2000, na descontaminação de 5.570 lâmpadas de mercúrio e vapor de sódio, com os respectivos certificados de descontaminação.

O *Sub-Programa “Descontaminação de Resíduos de Filtragem”*, implantado em 99, refere-se aos resíduos resultantes do processo de filtragem de óleos isolantes utilizados em equipamentos. Em 1999, foram tratados 61 toneladas destes resíduos.

Para operacionalizar o *Sub-Programa “Gestão de Resíduos (bifelinas policloradas)*, em 2000 a Celesc contratou empresa especializada e licenciada ambientalmente para destruição de 23.300 Kg de Ascarel.¹⁸

Em diversos empreendimentos a Celesc vem recorrendo a comparações com

¹⁸ óleo isolante utilizado em transformadores e capacitores, altamente poluente e cancerígeno.

empresas de excelência. Como exemplo disso citamos a implantação de redes compactas, rede subterrânea e alteamento de torres para evitar corte de vegetação.

Em 2000, a Celesc assinou *Manifesto de Intenções* com a Universidade do Oeste de Santa Catarina para realização de estudos para criação de uma unidade de conservação ambiental de uso direto na área da Usina Hidrelétrica Ivo Silveira, em Campos Novos.

A Celesc, ao longo de 2000, também associou-se a iniciativas comunitárias e participou de feiras e exposições centradas na questão ambiental: Domingo no Parque (em Florianópolis), *Mostra de Educação Ambiental e Ecologia 2000* (Chapecó) e Exposição Fotográfica Estação Ecológica do Bracinho (Chapecó e São Lourenço d'Oeste).

Em Concórdia, a Celesc associou-se ao esforço da Associação Comercial e Industrial para limpar, melhorar e conservar o rio dos Queimados, que atravessa a cidade. Em Joinville, a Celesc foi reconhecida pelo seu trabalho ambiental, contribuindo para firmar a imagem de Cidade das Flores.

Em relação aos fornecedores - a Celesc ao receber mão-de-obra terceirizada, tem como princípios:

- Exigir das empresas certificado de Regularidade com o FGTS, acompanhado das guias de recolhimento quitada dos últimos três meses;
- Exigir certidão negativa de Débito com a Seguridade Social;
- Exigir certidão negativa de Débito Salarial emitida pela Delegacia Regional do Trabalho;
- Comprovar que cumpre e segue as normas de segurança e medicina do trabalho.

A empresa ainda utiliza as dependências do Departamento de Capacitação

de Pessoal (DPCP) para trinar mão-de-obra terceirizada para executar os serviços de acordo com os padrões da Celesc.

Em relação aos consumidores - como diretriz à sua política de marketing, a Celesc elegeu a promoção dos serviços que disponibiliza aos seus clientes. Em 2000, devido à consolidação do Call Center e de serviços via internet, o marketing da empresa centrou recursos na divulgação destas melhorias.

Os hábitos de consumo também foram motivo para campanhas, fortalecidas pela filosofia e princípios do **Procel** – *Programa de Conservação de Energia Elétrica*. Mais de 60% dos recursos financeiros aplicados em marketing tiveram o uso racional do produto e as questões de segurança como motivo. Também merece destaque a divulgação e “venda” do programa de eletrificação rural Luz no Campo.

Em relação ao público interno - o marketing procurou estimular o interesse pela discussão sobre as mudanças no *Modelo de Gestão da Empresa* e na *Promoção da Cidadania*.

Ao longo do ano de 2000, houve a consolidação do SAC – *Serviço de Atendimento ao Cliente*, que passou a atender a maioria dos clientes, concentrados em áreas urbanas no litoral do estado. Compromissada com o conforto do cliente, a Empresa implantou um sistema de atendimento via e-mail, possibilitando a quitação dos débitos em qualquer lugar do Brasil, em agências lotéricas, e convênio com bancos para pagamento da conta via internet.

Para ampliar o serviço de Call Center – *Atendimento a Clientes Via Telefone*, a Celesc convênio com o Senac para a formação de operadores de telemarketing. Parte do treinamento será feita nas dependências do Centro de Formação e Aperfeiçoamento da própria Empresa sob a supervisão da Delegacia Regional do

Trabalho, o Programa de Preparação de Mão-de-Obra deverá formar, numa primeira etapa, em torno de 40 jovens.

Em 2000, o Call Center também disponibilizou aos clientes um conjunto de informações de interesse, especialmente em relação ao uso racional de energia elétrica, às questões relativas à segurança e outras, de caráter técnico e comercial.

O sistema de ouvidoria da ANEEL registrou, no período compreendido entre 31 de março de 2000 a 31 de março de 2001, 906 queixas de clientes da Celesc, que tem 1.725.914 unidades consumidoras. Este resultado do ano 2000 coloca a distribuidora catarinense em **segundo lugar no Índice de Qualidade de Atendimento, Categoria C** – Concessionárias acima de 1.000.000 de Consumidores, daquela agência reguladora.

No tema que se refere à comunidade - a Celesc caracteriza-se por ser uma empresa solidária com as causas comunitárias. Não é gratuita a posição sempre vantajosa da Empresa nas pesquisas de opinião que apontam as marcas consideradas amigas da comunidade catarinense. Ao longo de 2000, a Celesc confirmou sua tradição: associou-se institucionalmente com outras empresas para promover o bem estar social. Com a Companhia de Água e Saneamento – CASAN e Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina - FIESC, participou de campanha educativa para preservação dos mananciais.

Também associou seu nome ao da Rede Brasil Sul de Comunicação – RBS para proporcionar às crianças pobres do estado um Natal com brinquedos. As crianças ainda estimulam um esforço empresarial para levar energia a escolas isoladas de primeiro grau que ainda não dispõem do benefício. Mais de 80 foram

escolhidas para receber sistemas fotovoltaicos¹⁹ mais ecológicos e econômicos pela distância das escolas das redes de distribuição. Também receberam sistemas fotovoltaicos, por questões ambientais, o centro de Treinamento do Corpo de Bombeiros, na ilha de Guarás, e o Forte de Ratonas, administrado pela Universidade Federal, na ilha do mesmo nome, ambas na Baía Norte, em Florianópolis.

Em 2000, através de um documento formal, a Diretoria da Empresa determinou que fosse inscrita nos padrões da Celesc a norma de construção de rampas de acesso de pessoas portadoras de deficiência física em todos os locais de atendimento ao público.

Nas Agências Regionais (16), os exemplos da solidariedade da Empresa e de seus empregados são abundantes. A imensa maioria das cidades catarinenses são pequenas, o que ajuda a projetar o nome da Empresa, vista aqui como um banco de recursos para a solução de problemas comunitários. As Agências dispõem do Serviço Social, que além do atendimento dos problemas do público interno, também coordenam o envolvimento da Empresa com as organizações atuantes na comunidade, através da implementação, acompanhamento e avaliação de projetos voltados para área social, o qual serão descritos no próximo item deste trabalho.

Três segmentos sociais recebem atenção mais especial dos empregados voluntários e da instituição: crianças, idosos e dependentes químicos. A Agência Regional de Chapecó, por exemplo, cedeu recursos humanos para a realização do *III Encontro de Formação de Lideranças de Grupos de Idosos*. Esta ação da Celesc

¹⁹ Células ópticas que transformam luminosidade em tensão (Volts).

estendeu-se, a pedido das Prefeituras, aos municípios de Arvoredo, Caibi, Formosa do Sul e Planalto Alegre. Aquela Agência também trabalhou seu programa para dependentes de álcool e outras drogas com os agentes de saúde dos assentamentos do município de Abelardo Luz.

Em Videira, tal como em Concórdia e Blumenau, a Celesc tem assento em conselhos comunitários, participa e até cede dependências físicas para o funcionamento dos Alcoólicos Anônimos, escoteiros e Narcóticos Anônimos.

Assim como acontece na Agência Regional de Florianópolis, com o programa Bolsa de Medicamentos, fruto da mobilização espontânea dos empregados, as Agências Regionais Blumenau e Lages arrecadam periodicamente vales refeição dos empregados que, convertidos em espécie, financiam a compra de cadeira de rodas, muletas, nebulizadores, colchões d'água e outros, além de doações em espécie para cobrir despesas de saúde não considerados pela Unimed, com que a Celesc tem convênio. A Agência Regional de Lages trabalha com a Pastoral da Criança e a Regional Videira ajuda outra instituição filantrópica, o Lar Bom Samaritano.

Em Chapecó, há oito anos, 70 empregados destinam um ticket refeição por mês para a comunidade carente de Lageado São José. Neste período, o dinheiro foi convertido em leite, ajudou na construção de um pavilhão comunitário e agora vai ser aplicado na formação profissional de adolescentes.

Há quase seis anos, em Joaçaba, 20 empregados participam da campanha do quilo. A cada mês, arrecadaram alimentos entre eles e a comunidade e depois entregam tudo para o seminário Bocado do Pobre. A entidade monta cestas básicas e as distribui para mais de 100 famílias carentes de Joaçaba e Herval d'Oeste.

Um trabalho de *Alfabetização*, é outro que acompanha a vida escolar de crianças coletoras de materiais recicláveis, que vem acontecendo desde o início do ano 2000, graças à boa vontade dos empregados da Agência Regional de São Miguel d'Oeste. Os recursos são da Associação Beneficente dos Empregados da Celesc–Abecelesc e dos próprios associados, que colaboram com doações de qualquer natureza, inclusive com ticket alimentação.

Em Joinville, empregados da Empresa colaboram com o projeto das cozinhas comunitárias da Fundação Pauli-Madi. Os voluntários descontam entre R\$ 4 e R\$ 10 para Abecelesc, que repassa o valor a um empregado responsável pela compra de alimentos. O dinheiro ajuda a alimentar diariamente 1800 crianças de 18 cozinhas comunitárias em bairros carentes.

A Celesc mantém um sistemática de convênios com entidades beneficentes para arrecadação de doações através da conta de energia elétrica. Desde sua implantação, a Celesc já repassou R\$ 23 milhões. Em 2000, o valor repassado às entidades filantrópicas chegou a R\$ 1.796.292,78.

Nos aspectos culturais, 2000 foi um ano muito positivo. Estimulada pela Lei Rouanet, a Empresa investiu quase R\$ 400 mil nos seguintes projetos: publicação do livro *A Guerra do Contestado*, de autoria de Paulo Ramos Derengoski; patrocínio à Fundação Cultural Franklin Cascaes para o *Projeto Carnaval 2000*; patrocínio à Fundação de Itajaí para o 3º *Festival de Música Cidade de Itajaí* e patrocínio ao *Projeto Série de Concertos Pró-Música de Florianópolis*.

Dentre essas ações desenvolvidas tem-se também vários patrocínios desempenhados pela Celesc.

Em relação ao tema **Governo e Sociedade** - a Celesc, como empresa

pública, além de cumprir suas obrigações fiscais com o Governo do Estado, está profundamente identificada com seus programas. Exatamente por causa desta ligação, a Empresa esforça-se para manter coerência na manutenção de seus princípios éticos.

A Celesc é o braço social do Governo na área de energia elétrica. É através dela que são executados os programas de eletrificação rural, baixa renda, e outros subsidiados. A Celesc tem correspondido à política de desenvolvimento do Estado, sob a ótica da disponibilidade de energia elétrica. Grandes investimentos industriais em 2000, sobretudo na região Norte, tiveram a garantia por parte da Empresa de disponibilidade de energia elétrica.

A Celesc também continua sensível à causa da infância e, correspondendo à prioridade da política educacional do Governo, elegeu como uma de suas ações sociais em 2000 a viabilização, mediante convênios, da instalação de sistemas fotovoltaicos em mais de 80 escolas isoladas no Estado. É sua contribuição à qualidade e à universalização do ensino básico. Em 2000, a Empresa também correspondeu às expectativas do Governo do Estado ao patrocinar, sob diversas formas, expressões culturais, além de eventos de interesse social amplo ou específico. *O Programa de Municipalização da Cultura Musical Catarinense*, política do Governo do Estado, também teve o patrocínio da Empresa.

Estas ações mostram que a Celesc é uma Empresa que se preocupa com sua Responsabilidade Social, apontando indicativos que caminham para o exercício da mesma.

Abordar-se-á no próximo item, como as ações do Serviço Social da Celesc/ARFLO são desenvolvidas, as quais muitas delas constam no relatório

apontado neste item.

3.1.2. O Serviço Social na Celesc

Segundo Mota (1985, p.35), as necessidades colocadas ao Serviço Social são reconhecidas como exigências caracterizando-se sob a forma de problematização no que diz respeito aos objetivos e posições das empresas, salientando que:

A intervenção do Serviço Social é assumida como um produto de uma articulação teórico-prática para responder a tais exigências, dando legitimidade ao processo de produção do lugar do Serviço Social na Empresa e no todo das práticas sociais, identificadas no seu objeto, objetivos, conhecimentos, métodos e, principalmente, nos produtos da ação, estando situadas numa sociedade em que as classes têm interesses opostos.

O Serviço Social na Celesc iniciou-se na Agência Regional de Florianópolis com a aplicação de uma pesquisa aos empregados, no ano de 1972, para constatação das necessidades sociais.

Atualmente o Serviço Social trabalha como assessoria direta ao Administrador Regional, juntamente com os serviços jurídicos e de Segurança e Medicina do Trabalho. Desenvolve atividades de assessoria às chefias, levantamento de informações, conhecimento dos empregados e seus problemas, bem como implantação e/ou acompanhamento dos programas existentes na Empresa.

Atualmente conta com um quadro funcional de 01 assistente social, 01 assistente administrativo e 01 estagiária de Serviço Social, atendendo 15 agências: Florianópolis, São José, Santo Amaro, Palhoça, Águas Mornas, Rancho Queimado,

Angelina, Major Gercino, Biguaçu, Tijucas, Antônio Carlos, Governador Celso Ramos, Canelinha, São João Batista e Nova Trento.

As ações desenvolvidas pelo Serviço Social da Celesc serão descritas no quadro da página seguinte, o qual, nos mostra que o Serviço Social é de fundamental importância para implementação de projetos que atendam o público interno e externo, revertendo-se assim, em ações de Responsabilidade Social da Empresa, conforme relato do item anterior.

AÇÕES DO SERVIÇO SOCIAL NA Celesc/ ARFLO

CAUSA	ATIVIDADE	QUEM	QUANDO	ONDE	COMO
Necessidade de melhoria da qualidade de vida e relações interpessoais das mulheres dos empregados/ Angelina.	“ Grupo Nosso Espaço” Reuniões semanais com a participação da Assistente Social mensalmente. São realizados trabalhos manuais, trocas de experiências e informações educativas.	Assistente Social	Sempre que solicitado	Usina Garcia	Os cursos são ministrados por profissionais contratados pelo serviço social ou pelos próprios integrantes do grupo. Informações educativas através do Serviço Social, ou outros profissionais.
Incapacidade após acidente ou doença	Reabilitação Profissional	Serviço Social	Quando Necessário	Serviço Social	Através de elaboração de documentação (relatório) e encaminhamento ao INSS/CRP. Através do relatório se orienta para nova função e setor.

CAUSA	ATIVIDADE	QUEM	QUANDO	ONDE	COMO
Problemas advindos da dependência química	PPTA- Programa de Prevenção e Tratamento das Adcções.	Equipe multidisciplinar da ARFLO: serviço social, representantes do SESMT, do Sindicato, da CIPA, da Celos, DVCL, DVDI, DVAF, DVOM, GAM e coordenador.	Quando solicitada por chefias e diariamente acompanhando os dependentes em recuperação.	ARFLO	Reuniões semanais com a equipe para avaliação dos dependentes em recuperação, montando estratégias de acompanhamento e intervenção nos casos solicitados por chefias ou identificados pela própria equipe – Internação e acompanhamento ao tratamento do empregado e familiares.
A importância de passar informações educativas aos empregados.	Círculo de palestras Educativas e Saúde Preventiva	Serviço Social e Serviço Médico	Mensalmente	Auditório da ARFLO	Através de palestras mensais sobre diferenciados temas, abordando as questões relacionadas a Empresa x qualidade de vida.

CAUSA	ATIVIDADE	QUEM	QUANDO	ONDE	COMO
Administração de Benefícios	1- Creche/babá; 2- Excepcional 3- Funeral; 4- Salário Educação	Serviço Social	1. Mensalmente 2. Quando solicitado 3. Falecimento de empregado 4. Semestralmente	Sala do Serviço Social	Através dos documentos devidamente preenchidos pelos funcionários
Empregados interessados em estender trabalhos voluntários que desenvolviam fora da Empresa para um Programa entre funcionários da mesma.	Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA" tem como público alvo a Comunidade Vila Aparecida	Serviço Social e funcionário interessados.	Reuniões quinzenais e visitas à comunidade quando necessário.	Reuniões realizadas no auditório da Empresa.	Reuniões em horário de trabalho onde são planejadas as ações a serem tomadas, estas podem ser em horário de trabalho ou não, dependendo da necessidade da comunidade.
Integração entre os empregados, desenvolvimento de talentos para melhoria da auto-estima.	Programa Hora de Brilhar	Serviço Social	Anualmente	Auditório da ARFLO	Ocupar o horário do almoço com atividades novas e prazerosas, revelando aptidões artísticas dos empregados e proporcionando novo estímulo para iniciar com mais ânimo a jornada de trabalho.

CAUSA	ATIVIDADE	QUEM	QUANDO	ONDE	COMO
O Governo do Estado propõe desenvolver o programa "Reconstruindo a Paz", para atividades que levem a reflexão e ao encontro de meios viáveis para manter uma relação evolutiva na família, no trabalho e na sociedade.	Programa "Reconstruindo a Paz" – Eventos que manifestem mensagem de Paz"	Assistente Social	Mensalmente	ARFLO	Os eventos são elaborados pela Assistente Social que organiza e viabiliza, mensagens, apresentações e tudo que lembre e celebre a paz.

Quadro 5: Ações do Serviço Social na Celesc/ARFLO
Elaboração: Daniela Martins Lemos

3.1.3. Serviço Social, Responsabilidade Social e Voluntariado

Neste capítulo serão feitas algumas referências sobre a atuação do Assistente Social nas organizações, situando-o ao novo contexto de mudanças organizacionais, bem como, justificando sua importância na gestão da Responsabilidade Social, e sua relação com o Voluntariado.

Inúmeras foram as mudanças que ocorreram no âmbito da profissão desde o seu surgimento, final do século XIX e início do século XX.

Para Souza (1995, p. 70), muitos problemas do Serviço Social chegam a uma situação de crise, quando as demandas provenientes do Estado sobre as organizações perdem sua origem no capitalismo concorrencial e incluem-se na *dinâmica do capitalismo monopolista, colocando que:*

No contexto do capitalismo concorrencial, o vigor da iniciativa privada se reflete nas chamadas organizações de bem-estar e assistência social, tanto a nível público como privado. Com isto, os profissionais do Serviço Social tinham certa margem de liberdade nos engendramentos profissionais que praticassem com a ajuda da intuição.

A autora coloca ainda que as “rédeas do Estado” são destinadas a novos grupos que se encontram no poder repercutindo diretamente no Serviço Social, através de novas demandas assumidas ou criadas, exigindo-se assim dos profissionais técnicas eficazes para propor as políticas sociais adequadas.

Segundo Cavalcante (2002), encontra-se hoje, Assistente Sociais atuando em diversas instituições, sejam de natureza pública, privada ou do terceiro setor.

A prática desses profissionais, sempre voltada para a mobilização em torno de recursos para atender determinadas carências, fundamenta-se principalmente na capacidade dos profissionais de articular ações que garantam o acesso do seu público alvo aos serviços sociais da entidade na qual estão inseridos. (CAVALCANTE, 2002 p. 1. Disponível em: <<http://www.cfess.org.br/>>. Acesso em: 19 de out. 2002).

Para situar o Serviço Social com os novos tempos lamamoto (1997, p. 8), nos coloca a necessidade de romper com uma visão “endógena, focalista”, ou seja expandir os horizontes, olhando para o movimento das classes sociais e do Estado na sua relação com a Sociedade.

É importante sair da redoma de vidro que aprisiona os assistentes sociais numa visão de dentro e para dentro do Serviço Social, como pré-condição para que se possa captar as novas mediações e requalificar o fazer profissional, atribuindo-lhe particularidades e descobrir alternativas de ação.

lamamoto (1982 apud, SIMIONATTO, 1998, p. 10), ressalta o “fazer profissional”, situando o Serviço Social na realidade contemporânea, onde rompe-se com a “visão endógena” e reconhece-se a profissão inserida na divisão sócio-técnica do trabalho coletivo da sociedade, salientando que:

O assistente social é, portanto, um trabalhador especializado, que vende a sua capacidade de trabalho para algumas entidades empregadoras, predominantemente de caráter patronal, empresarial ou estatal, que demandam essa força de trabalho qualificada e a contratam.

Menegasso (2000), situa o Serviço Social nas organizações pública, sem fins lucrativos e empresarial, onde na primeira sua atuação se dá através da ampliação dos espaços democráticos, trabalhando nos conselhos de direitos, representando as categorias profissionais, entidades da sociedade civil ou governos. Em relação às políticas públicas é necessário a construção de alianças, ou seja olhar para fora da profissão, articulando os envolvidos no planejamento e execução de tais políticas sendo um dos desafios aqui, o trabalho na perspectiva de redes de serviços, “[...] na explicitação de programas onde o partilhamento do poder e a responsabilidade do setor público estejam colocados como características centrais do trabalho.”

Nas organizações sem fins lucrativos, o desafio profissional, segundo a autora, encontra-se na articulação dos diferentes sujeitos, “mesmo antagônicos entre

si”, assim como prestar assessoria técnica na sua área de atuação, bem como a responsabilidade pela gestão social. “Conclui-se argumentando que a inserção profissional do assistente social neste contexto deva ocorrer por tratar-se de um campo de ações da sociedade civil comprometido com a busca de alternativas para o enfrentamento dos problemas sociais.”

Na organização empresarial, Menegasso (2000) coloca que o assistente social ainda continua a ser requisitado como um intermediador entre trabalho e vida privada do trabalhador, ou seja, “interlocutor da ação social da empresa”, no entanto estas ações caracterizam-se por serem cada vez mais sedimentadas e aliadas às estratégias da empresa. Na gestão da responsabilidade social empresarial, o desafio profissional está em inscrever-se nesse processo de elaboração, implantação, ou seja criar estratégias metodologicamente qualificadas através das competências profissionais correspondentes aos requisitos desses espaços.

Estes desafios, somados à necessidade de inserção e articulação nos espaços das organizações do terceiro setor, exigem do assistente social uma formação mais ampla, consentânea com o momento em que se vive. Esta formação associada às políticas de ação conseqüentes e responsáveis, sob a perspectiva ética é o mínimo que a sociedade espera daqueles que se propõem a intervir e a contribuir para a inclusão dos direitos do cidadão. (MENEGASSO, 2000, p.7)

Iamamoto (1997, p. 31), corrobora com estes termos, colocando que essas novas possibilidades de trabalho que se apresentam, devem ser decifradas, e apropriadas pelo assistente social na luta pela conquista do espaço ocupacional. “Aqueles que ficarem prisioneiros de uma visão burocrática e rotineira do papel do Assistente Social e de seu trabalho entenderão, como “desprofissionalização” ou “desvio de funções”, as alterações que vem se processando nessa profissão.”

Em contra partida, Simionatto (1998) relata que as ações filantrópicas deixam de se desenvolver de forma silenciosa para caracterizar-se sob a forma de um “negócio”, garantindo a imagem da empresa, sendo as instituições filantrópicas muitas vezes, modelos de gestão para executivos e profissionais de diversas áreas.

Certamente não é apenas com essa humanização do capitalismo que construiremos uma sociedade igualitária sem exclusão social. No entanto, parece forçoso reconhecer que o Serviço Social poderá ocupar esses espaços com o objetivo de ampliar a distribuição da riqueza socialmente produzida mediante projetos que incluam cada vez mais setores totalmente excluídos de qualquer forma de cidadania. (SIMIONATTO, 1998,p.37).

Simionatto (1998), nos traz uma outra idéia que caracteriza as estratégias de desmonte das organizações coletivas, onde segundo ela, traz em seu discurso uma noção enganosa sobre a Sociedade civil, a medida que remete a esta a responsabilidade no encaminhamento de projetos para dar conta das novas expressões da “questão social”. Sendo assim, coloca que a Sociedade civil é deslocada da esfera estatal para atender os interesses das instituições privadas.

Tomada em sentido transclassista, é convocada, em nome da cidadania, a realizar parcerias de toda ordem, sendo exemplares os projetos de refilantropização das formas de assistência (como o Comunidade Solidária), em face das seqüelas da “questão social”. (SIMIONATTO, 1998,p. 32).

Neste contexto, Simionatto (1998) coloca que o Serviço Social é no dizer de Netto (1992) “um executor terminal de políticas sociais”, sendo assim as tensões entre Estado/Sociedade trazem uma nova forma da prática profissional, onde a descentralização das políticas públicas remete-se em novas mediações para o profissional que deve compreender as particularidades da questão social e sua relação com a realidade.

Iamamoto (1997), por sua vez, fala sobre o papel do novo profissional neste processo de redefinição entre Estado/Sociedade:

Exige-se um profissional qualificado, que reforce e amplie a sua competência crítica; não só executivo, mas que pensa, analisa, pesquisa e decifra a realidade. Alimentado por uma atitude investigativa, o exercício profissional cotidiano tem ampliadas as possibilidades de vislumbrar novas alternativas de trabalho nesse momento de profundas alterações na vida em sociedade. O novo perfil que se busca construir é de um profissional afinado com análise dos processos sociais, tanto em suas dimensões macroscópicas quanto em suas manifestações quotidianas; um profissional criativo e inventivo, capaz de entender o “tempo presente, os homens presentes, a vida presente” nela atuar, contribuindo, também, para moldar os rumos de sua História.

As empresas ao desenvolverem seus programas sociais, necessitam de um profissional qualificado, onde o planejamento estratégico é um dos instrumentos a serem utilizados, qualificando ainda mais a execução de tais programas.

A gestão da responsabilidade social conseqüentemente, torna-se um espaço importante de atuação para o assistente social, profissional devidamente qualificado para identificar os sujeitos que envolvem essa questão através da devida leitura da realidade, seja por parte da comunidade, funcionários ou mesmo da empresa, criando estratégias de gestão para atender a todas as demandas.

Com estas considerações percebe-se que a relação profissional com o voluntariado torna-se estreita, por ter raízes ligadas à Igreja Católica, ou seja relacionado com a caridade e atualmente, em função da onda crescente da participação cidadã. Mas cabe ressaltar aqui, que a atuação profissional em programas de voluntariado se dá de forma qualificada, como bem coloca Corrêa (2001):

[...] podemos acreditar no potencial de articulação da nossa elite intelectual, em buscar formas criativas de aproveitar o engajamento voluntário e, desta forma transferir para o cidadão despreparado conhecimentos necessários para uma atuação politicamente organizada de maneira a alcançar a efetivação das políticas públicas.

Sendo assim, o Assistente Social exerce nestes espaços uma intervenção diferenciada, através de uma leitura teórico-metodológica adequada, direcionando

as ações de participação, com estímulo à uma consciência crítica por parte dos voluntários.

O Assistente Social atuará nestes espaços de forma coerente com seu código de ética, onde no seu art.8º tem-se como um dos deveres do Assistente Social, “programar, administrar, executar e repassar os serviços sociais assegurados institucionalmente.” (Código de ética do Assistente Social, art. 8º a)).

Dessa forma, o profissional deve ter uma característica pró-ativa e inventiva, criando propostas que atendam seu público alvo, bem como possuindo uma visão crítica para que não se relacione com o senso comum.

A nova proposta curricular por sua vez define novos espaços para a profissão, como o terceiro setor. As mudanças entre Estado e Sociedade civil trazem ao fazer profissional diversos questionamentos, mas o que se tem procurado ressaltar aqui, é o fortalecimento do controle social, ou seja, uma relação participativa entre as várias esferas da sociedade civil nos processos decisórios em relação aos investimentos públicos.

Assim sendo, percebe-se o terceiro setor como um espaço de ocupação para o Assistente Social, que deve estar relacionado ao processo de mudança da sociedade para a manutenção e criação de novos espaços ocupacionais.

3.2. O Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”

O Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”, surgiu através de uma sinergia entre funcionários que já desempenhavam trabalhos voluntários externos à Empresa e alguns ocupantes de cargos de chefia na mesma.

O Programa é composto por 12 participantes assíduos e conta com o apoio de mais alguns funcionários que não estão totalmente engajados às atividades, colaborando apenas esporadicamente.

A Empresa apóia o Programa, mas as atividades são planejadas e executadas pelos próprios funcionários.

A atuação do grupo se dá junto à comunidade Vila Aparecida, que conta com um Centro Comunitário, composto por 150 crianças que recebem reforço escolar. O Programa desenvolve suas atividades sempre em contato com os representantes de tal centro, que são também moradores da Comunidade. Para desenvolver as ações o grupo contou com a ajuda do Instituto Voluntários em Ação - IVA/SC através de sua Coordenadora Técnica, que incentivou a criação e implementação do Programa de voluntariado da Celesc/ARFLO.

A partir de um questionário (ANEXO D), aplicado juntamente à comunidade Vila Aparecida foram constatadas quais as maiores necessidades desta, para então desenvolver os projetos (ANEXO E) que atenderiam a tais demandas.

Através de um cardápio de oportunidades, fornecido pelo IVA/SC, os voluntários optaram pela comunidade Vila Aparecida, escolhida por ser carente de recursos, bem como pela sua localização, próximo a Agência Regional de Florianópolis, conforme poderemos ver no mapa (ANEXO F). O Programa divide-se em cinco áreas de atuação, são elas: área de esporte; saúde; convivência familiar e comunitária; educação e infra-estrutura.

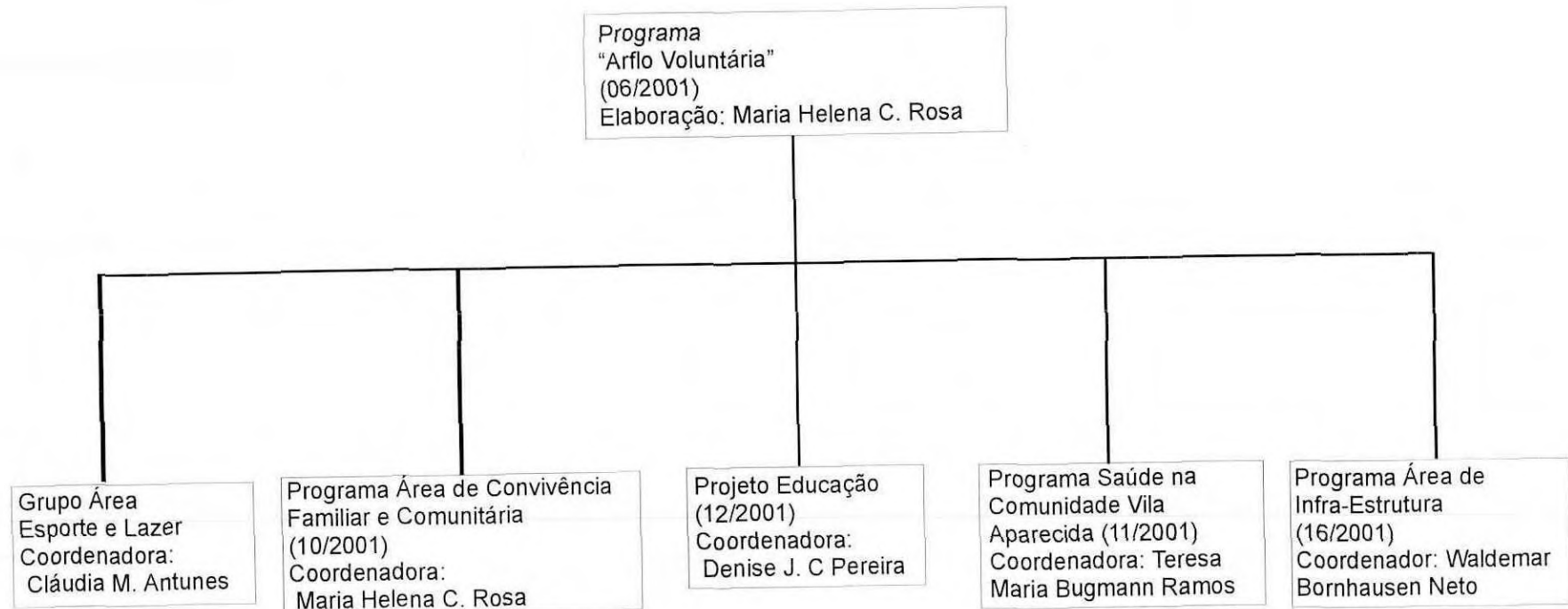
Primeiramente os voluntários ficaram divididos por grupos, ou seja, cinco grupos, sendo que cada grupo teria um coordenador e dentre estes, um seria o coordenador geral.

Esses grupos reuniam-se sempre que houvesse necessidade e o grande grupo, composto por todos os voluntários, reuniam-se quinzenalmente.

Numa das reuniões foram colocadas as dificuldades que alguns grupos estavam sentindo, pois muitas vezes apenas o coordenador é quem ficava responsável por todas as atividades. Decidiu-se então, desfazer os grupos divididos por áreas, ficando apenas o grande grupo, participando de todas as cinco áreas de atuação do programa. Os cinco coordenadores continuam e assim, sempre que há necessidade, estes convocam os outros voluntários, isto além das reuniões, as quais continuam sendo quinzenais e acontecem no auditório da Celesc/ARFLO em horário de expediente.

O organograma da página seguinte situa como acontece a dinâmica do Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA".

Centrais Elétricas de Santa Catarina - CELESC - Agência Regional de Florianópolis



Fonte: Programa "ARFLO Voluntária"
Data: Dezembro de 2002
Elaboração: Daniela Martins Lemos

3.2.1. Metodologia da Pesquisa

Com o objetivo de constatar como se encontra a realização do Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”, da Celesc/Agência Regional de Florianópolis, bem como identificar suas práticas, sua inserção na comunidade Vila Aparecida, e qual a importância deste para a Empresa, funcionários voluntários e comunidade atendida, elaborou-se três questionários (ANEXO G) com base em levantamentos qualitativos e de caráter exploratório, junto às seguintes amostras, três representantes da Empresa, sete funcionários voluntários e cinco representantes do Centro Comunitário da comunidade Vila Aparecida.

As amostras foram escolhidas de forma intencional,²⁰ ou seja em função da representatividade social dos grupos escolhidos, dentro da situação considerada.

Em relação à coleta de dados, esta foi realizada através de questionários com perguntas abertas e semi-abertas. A análise dos dados não se deu de forma estatística por não ser adequado e suficiente para o entendimento das respostas, conforme coloca Thiollent (1988, p. 65). “O processamento adequado sempre requer uma função argumentativa dando relevo e conteúdo social às interpretações”.

Sendo assim, análise dos dados se deu a partir das falas dos entrevistados seguido de análise do entrevistador.

²⁰ “Trata-se de um pequeno número de pessoas que são escolhidas intencionalmente em função da relevância que elas apresentam em relação a um determinado assunto”. (THIOLLENT, 1988, p. 62)

3.2.2. Análise da Pesquisa

Tendo em vista os objetivos da pesquisa foram entrevistados três representantes da Empresa, com o propósito de constatar quais os benefícios de um Programa de Voluntariado Empresarial, e como está a atuação e/ou consciência da empresa em relação à execução de ações sociais.

Através da primeira questão procurou-se levantar as **causas que motivaram** a criação do Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”. Um entrevistado relatou que: “A idéia foi trazida por empregados desejosos de colaborar com a organização e desenvolvimento de comunidades carentes, através de trabalho voluntário.” (V.J.B). Os demais entrevistados, responderam que houve uma unificação de experiências anteriores de voluntariado por parte de alguns funcionários, canalizando-as para um programa da Empresa a ser desenvolvido em uma comunidade carente localizada próximo à Celesc.

Um dos representantes da Empresa informou-se primeiramente sobre funcionários que já se engajavam em algum tipo de trabalho voluntário, aproveitando assim experiências anteriores para montar um Programa, onde os demais funcionários poderiam também aderir.

A partir dos depoimentos dos entrevistados identifica-se que o sentimento de solidariedade encontra-se em alguns funcionários que já desempenhavam trabalhos voluntários, sendo esta a principal motivação. A Empresa por sua vez identificou tais funcionários para a construção de um Programa que traria também benefícios para a mesma, conforme falaremos a seguir.

A questão dois refere-se às **contribuições** que um Programa de Voluntariado traz para a empresa, bem como para seus funcionários.

Para dois dos três entrevistados, um programa de Voluntariado entre funcionários **melhora a imagem** da empresa na comunidade, um terceiro concorda em partes com esta afirmação. Dos três entrevistados, apenas um **deles** acredita que o **comprometimento do funcionário com a empresa** aumenta quando este encontra-se inserido num Programa de Voluntariado desenvolvido pela empresa.

Em relação aos **benefícios** obtidos através de um Programa de Voluntariado Empresarial, dois dos três entrevistados acreditam que o programa é mais benéfico para comunidade e funcionários do que para a empresa, sendo que um deles concorda parcialmente com esta afirmação.

Em relação ao **custo/benefício** apenas um dos entrevistados acredita que um Programa de Voluntariado custa mais do que a empresa recebe em troca.

Dois dos três entrevistados acreditam que um programa de **voluntariado** empresarial aumenta a **motivação e produtividade dos funcionários**, um deles concorda em partes com esta afirmação.

Além destas afirmações um dos entrevistados acredita que um Programa de Voluntariado sensibiliza os funcionários a envolver-se com a comunidade (seu desenvolvimento, problemas, dificuldades, etc.) e com o próximo em particular. "Sentindo as dificuldades dos mais carentes, o empregado encara os seus problemas mais criticamente, tem mais garra para buscar soluções".(T.M.B.R). O entrevistado acredita ainda, que um funcionário participante integra-se mais facilmente nos outros programas promovidos pela empresa e relaciona-se melhor com os demais.

A partir das colocações dos entrevistados nota-se que investir em um Programa de Voluntariado implica em custos para a empresa, mas esta por sua vez, pode contar com um quadro funcional muito mais operante e disposto a colaborar com os objetivos estratégicos da empresa, ou seja, a participação das pessoas envolvidas em causas sociais torna-se maior, estimulando estes funcionários a colaborar não somente em ações que atendam à comunidade externa, como também programas destinados ao público interno da empresa, ou seja, seus funcionários, criando-se assim, por toda a empresa, um comprometimento com a responsabilidade social da mesma.

A questão três é referente a **dispensa de funcionários** em horário de expediente para prestar trabalhos comunitários.

Os três entrevistados acreditam que para a Empresa, liberar um funcionário para prestar trabalhos voluntários em horário de expediente não interfere no desenvolvimento da mesma. Um dos entrevistados acredita ainda que serve como uma forma de incentivar o funcionário a engajar-se ao Programa de Voluntariado, colocando que o funcionário aprende a administrar melhor seu tempo.

As respostas apresentam que a principal ação implementada pela Empresa para promover o voluntariado, é a dispensa dos empregados durante o horário de expediente para a realização do trabalho voluntário, estimulando os trabalhos de ação social por parte dos empregados.

Neste sentido Rosanvallon (1997 apud MONTAÑO 2002) salienta que:

[...] para 'adensar' a sociedade com atividades solidárias diretas voluntárias, é preciso 'liberar' tempo para a população, aumentar o 'tempo livre'. Isto porque seria nesses 'tempos livres' que o indivíduo se inseriria nessas atividades 'públicas não-estatais' e porque, conforme anuncia nosso autor, 'quanto menos os indivíduos dispõem de tempo livre mais exigem do Estado' [...].

Sendo assim, na visão do referido autor, o cidadão necessita de um “tempo livre” para engajar-se em ações sociais, sendo que assim ele não terá como cobrar somente do Estado algum tipo de intervenção social.

Montaño (2002) por sua vez, critica esta afirmação colocando que, com este pensamento não se considera o grande contingente de desempregados e subempregados, não podendo ser comparado com poucos “privilegiados” que possuem o “tempo livre” para o lazer e o desenvolvimento de ações solidárias.

Através da quarta questão objetivou-se identificar a **importância** da execução de ações sociais por parte da Empresa. Três entrevistados responderam que consideram importante, podendo ser ilustrado através da seguinte fala:

[..] Quem vive em SC é ainda compulsoriamente cliente da Celesc. Uma razão forte para que a Celesc preste um bom serviço e zele por sua imagem. As ações de cunho social vêm nessa direção, permitindo a melhoria da imagem. (V.J.B).

Um dos entrevistados coloca ainda, que atualmente não se pode trabalhar numa grande empresa sem preocupar-se com o social, em função do terceiro setor estar avançando em todo o mundo.

O investimento social por parte das empresas vem sendo empregado desde a década de 80, essa prática está sendo cada vez mais difundida no Brasil, onde as empresas gradativamente estão aderindo para tornar-se mais competitivas no mercado com a melhora da imagem, consequência de tais investimentos.

No que se refere a **divulgação das ações** desenvolvidas pelo Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”, os três entrevistados concordam que a empresa considera importante apoiar e divulgar as ações desenvolvidas pelo Programa “ARFLO

VOLUNTÁRIA”, incentivando outros empregados e outras regionais a aderirem ao voluntariado, a fala a seguir ilustra o ponto de vista de um entrevistado :

As pessoas que praticam o voluntariado são mais participantes, dispostas, despreendidas e operam com muito senso de cooperação e colaboração criando um clima positivo que resulta em melhoria das relações interpessoais, dos trabalhos em equipe e facilita o alcance dos resultados. A prática do voluntariado contribui para comprometer os empregados com o objetivos da empresa. Divulgar as ações contribui para a motivação ao voluntariado e agrega simpatia à imagem institucional. (V.J.B).

A divulgação das ações sociais é motivo de debate atualmente, pois questiona-se a intenção de algumas empresas, que divulgando suas ações preocupam-se apenas com o marketing e o retorno que tais ações irão gerar, sem questionar como realmente estas estão se desenvolvendo. No caso do Programa de Voluntariado da Celesc, percebe-se que a divulgação das ações não é o objetivo principal do Programa, mas acaba servindo como uma forma de incentivar mais funcionários a engajar-se. A imagem positiva acaba sendo uma consequência lucrativa para a empresa, à medida que a relação empresa/comunidade melhora, refletindo-se assim na instituição.

Com o intuito de identificar o que **motivou a participação no Programa**, qual a área de maior interesse, e o grau de satisfação que os funcionários possuem em relação ao Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”, foi aplicado um segundo questionário, junto a sete funcionários voluntários, num total de doze adeptos ao Programa. A primeira questão do referido questionário procurou levantar as causas que motivaram a participação no Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”. As respostas trazem que um dos motivos foi por alguns funcionários já estarem atuando com o voluntariado em outros espaços querendo atuar também num programa de voluntariado sistematizado, juntamente com os colegas de trabalho, como também

pela motivação à *doação* ao próximo, a *ajuda*, a *realização pessoal*, a *solidariedade*, e o *crescimento espiritual*.

Conclui-se portanto, que a principal motivação ao trabalho voluntário por parte dos funcionários seria a compaixão e a solidariedade que se constitui numa característica marcante no modelo de voluntariado brasileiro, diferentemente do modelo adotado pelos Estados Unidos, onde lá tem-se uma consciência voltada para a promoção da cidadania. Outra característica do trabalho voluntário na atualidade, é a realização pessoal. Na América Latina, o trabalho voluntário baseou-se por muito tempo em dois paradigmas, conforme descreve García (2001, apud, CORULLÓN e FILHO, 2002, p. 27). O primeiro refere-se ao assistencialismo material e cultural, onde tem-se a filosofia “dando alguma coisa àqueles que nada tinham, tudo precisavam, pouco sabiam”. O segundo paradigma está relacionado com a doação sem nada receber em troca.

Mas o que se fala atualmente é sobre o voluntário que possui o direito de receber algo em troca, seja alegria, valorização, prazer de servir, reconhecendo-se que, além de ser bom para quem recebe, é também bom para quem o faz.

Ainda em relação aos voluntários da Celesc percebe-se que possuem uma solidariedade para com o próximo, no que diz respeito ao Brasil, mais especificamente no que está a sua volta, percebe-se isso pela proximidade do público alvo do programa, Comunidade Vila Aparecida, situada próximo à Celesc.

É interessante perceber também que a motivação ao trabalho voluntário, diferencia-se entre grupos. No caso da comunidade cristã, conforme coloca Coduras (1995), encontra-se a motivação para a “caridade”, em terem sido amados por Cristo. Sendo por este amor e não por outro motivo que se constitui como norma

para sua moralidade, a medida que suas ações altruístas e solidárias nascem principalmente da gratidão de um “amor primeiro”. Ainda segundo Coduras (1995), para o comprometimento com a justiça e com o câmbio social²¹ necessita-se uma motivação radical. Tendo o altruísmo e ação voluntária, dois grandes pilares: a relação com o outro, e o encontro com a transcendência, a divindade, o Outro. Ou seja, uma combinação de ambos a solidez com o compromisso radical, em tempos de desencanto. “Neste aparato nos vemos limitados ao voluntariado como expressão da identidade cidadã, como ação nascida da mesma identidade humana que, para ser, requer abrir-se a relação com o “outro”. (CODURAS, 1995, p.7).

Para Rosanvallon (1997, apud MONTAÑO, 2002, p. 115) aumentar a visibilidade social significava “ permitir a formação de relações de solidariedade mais reais”, emergindo-se assim necessidades e aspirações de forma mais localizada permitindo-se “solidariedades curtas, voluntárias”.

Montaño (2002) critica esta posição colocando que se tem a *localização*, entendida aqui como descentralização e focalização, ao invés de universalização das políticas sociais, *solidariedades curtas*, no lugar de garantia de serviços e por fim o *voluntariado*, ao invés de cidadania e direito com a devida articulação do Estado.

Salamon (1997 apud MONTAÑO, 2002), salienta que os valores referentes ao terceiro setor estão relacionados ao altruísmo, a compaixão, a sensibilidade para com os mais carentes e todos estes relacionados ao compromisso com o direito de livre expressão, colocando o terceiro setor como, “[...] um conjunto de instituições

²¹ Entende-se aqui câmbio social como uma prática voluntária que possibilita a inclusão na sociedade e nos órgãos de decisões dos excluídos, a promoção de um novo conceito de justiça, uma justiça

que encarnam os valores da solidariedade e os valores da iniciativa individual em prol do bem público.”

Para concluir esta discussão daremos relevância às considerações de Montañó (2002, p. 184), colocando que:

Na verdade, no lugar deste termo, o fenômeno real deve ser interpretado como *ações que expressam funções de valores*. Ou seja, as ações desenvolvidas por organizações da sociedade civil, que assumem as *funções* de resposta às demandas sociais (antes da responsabilidade fundamentalmente do Estado), a partir de *valores* de solidariedade local, auto-ajuda e ajuda mútua (substituindo os valores da solidariedade social e universalidade e direito dos serviços).

A segunda questão refere-se às **áreas do Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”** de maior interesse por parte dos voluntários, onde quatro dos sete entrevistados identificam-se mais com a parte da educação, três com a parte de convivência familiar e comunitária, três com a parte de esporte/lazer, um com a parte de saúde e um com a parte de infra-estrutura.

Estas respostas nos trazem a confirmação de que mais uma vez os voluntários tendem a atender a área da educação, por relacionar-se com a infância, ou seja, pela crença em investir e garantir um futuro melhor para as novas gerações. Mas percebe-se que o Programa volta-se também para outras áreas, tão importantes quanto a educação, tais como: saúde, infra-estrutura, relações interpessoais, e que muitas vezes são esquecidas por parte dos voluntários de um modo geral e num caso mais específico, pelas políticas sociais atuais.

Através da terceira questão procurou-se saber sobre a **importância do Programa para a Empresa na visão dos funcionários**. Os sete entrevistados acreditam que o Programa é importante para a Empresa, pois esta demonstra um interesse pelo social, sendo assim, acaba obtendo maior credibilidade do seu

público e de seus funcionários, além disso colabora a longo prazo, para a redução do desequilíbrio social, como podemos verificar na fala a seguir:

Acredito que todos somos responsáveis pela comunidade que nos rodeia (principalmente as empresas que tem mais condições de ajudar). A empresa ganha com a motivação dos funcionários e com a comunidade reconhecendo seu desempenho, acreditando que os que têm condições se importam com eles. (D.J.C.A.P.)

Numa visão geral, pode-se perceber que o Programa de Voluntariado desenvolvido pela Celesc é importante pois melhora as condições de vida da comunidade, a partir do momento que esta passa a receber apoio de uma grande Empresa, através de cursos de capacitação, uma brinquedoteca para estimular as crianças ao exercício da leitura, bem como orientações sobre higiene, na área da convivência, comemoração em datas especiais, gincanas, entre outras atividades. Desde que suas ações sejam continuadas e tenham acompanhamento de uma equipe preparada para fazer uma leitura real das ações, bem como seu monitoramento e avaliação.

A relação da comunidade com a empresa, também melhora, elevando sua imagem institucional, beneficiando também os funcionários.

Com a Quarta questão procurou-se identificar os **benefícios obtidos** ao participar do Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA". Todos os sete entrevistados concordam que um dos benefícios é a melhoria das condições de vida da Comunidade. Seis dos sete entrevistados concordam que contribui para a **melhoria do País**. Cinco dos sete entrevistados concordam que seja **desenvolver qualidades nunca antes percebidas**. Cinco dos sete entrevistados concordam que o envolvimento/compromisso do funcionário com a Empresa melhora. Quatro dos sete entrevistados concordam que um dos benefícios é **desenvolver tarefas as**

quais possui conhecimento profissional ou acadêmico. Quatro entrevistados concordam que um dos benefícios é **sentir-se útil e valorizado.** Quatro entrevistados concordam que contribui para o **desenvolvimento** de conhecimentos, técnicas e habilidades de liderança entre os funcionários. Quatro entrevistados concordam com o aumento da **motivação e produtividade** no trabalho. Três deles concordam que é uma oportunidade de fazer uma **atividade diferente das realizadas no dia-a-dia.**

Acredito que devemos continuar como voluntários, que o mínimo que fizemos para alguns da Vila Aparecida, já é muito. Talvez o que falte é mais interesse do pessoal da Vila Aparecida. Descobrimos quem são os mais interessados da Vila, para que nos ajudem a trazer o pessoal para as reuniões, cursos que conseguirmos. (C.M.A.).

Percebe-se aqui que o principal objetivo do Programa é a melhoria das condições de vida da comunidade, mas o retorno pessoal também é bastante marcante, constatando-se que muitas pessoas realizam trabalhos voluntários pensando em algum retorno também para si, conforme colocado anteriormente.

Abordou-se, através da quinta questão, sobre a **forma do Programa** "ARFLO VOLUNTÁRIA". Dois dos sete entrevistados encontram-se satisfeitos em relação à forma do Programa, ou seja, como ele vem sendo executado, quatro deles encontram-se parcialmente satisfeitos, e um não se encontra satisfeito. Os entrevistados que responderam estar satisfeitos, alegam que pelo pouco tempo de existência do Programa, já foram realizadas algumas tarefas que atendem aos anseios da comunidade. Os que se encontram parcialmente satisfeitos alegam, querer apoio efetivo do corpo gerencial e também contar com a ajuda de pessoas com experiência. O entrevistado que respondeu NÃO, acredita que o Programa resumiu-se à festas para a comunidade " Não vejo nada concreto no sentido de

educar, de aprimorar o interior das pessoas da comunidade.” (L.M.H.). Dois entrevistados, gostariam que os grupos voltassem a ser como no início, ou seja divididos por áreas específicas e cada voluntário participaria da área que mais lhe interessasse.

Percebe-se aqui que as ações de cunho social são caracterizadas por possuírem resultados lentos, a longo prazo e isso muitas vezes desmotiva quem as executa. Num grupo existem muitas divergências, e estas devem ser trabalhadas para que no futuro não sejam entraves à continuidade do *Programa*. É necessário também não perder de vista os objetivos do Programa, pois caso contrário as ações podem tornar-se apenas pontuais não obtendo-se assim o retorno desejado. No que se refere às festas, não se pode negar que elas são as que mais aparecem ao público, mas as demais ações desenvolvidas pelo Programa não perdem sua importância, apesar de surtirem resultados a médio e longo prazos.

Dentro da análise do Programa procurou-se ainda verificar se os **objetivos** do Programa citados abaixo, atingiram o alcance desejado:

PROGRAMA “ARFLO VOLUNTÁRIA”- Objetivos:

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Promover, valorizar e disseminar no meio funcional, ações e programas que ofereçam oportunidades para o exercício da cidadania a solidariedade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Fazer uma diferença real nas comunidades, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando a comunidade um lugar melhor para se viver.
- ✓ Desenvolver capacidade de liderança; os funcionários que fazem trabalhos voluntários são mais motivados, mais produtivos e mais leais a empresa.

- ✓ Criar a mentalidade no corpo gerencial de que a existência de um programa para voluntários é um elemento importante para a imagem da empresa junto à comunidade e para a realização pessoal.

PROGRAMA-ÁREA DE INFRA-ESTRUTURA:

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Desenvolver no meio Comunitário, ações e programas que ofereçam melhor qualidade de vida.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Fazer uma diferença real na Comunidade Vila Aparecida, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando um lugar melhor para se viver.
- ✓ Fazer um trabalho de conscientização através de palestras sobre o uso correto da energia elétrica, oferecendo vantagens através do programa de baixa renda, enquadrando-os na tarifa social, bem como, o parcelamento de débitos dentro das condições de cada cliente.
- ✓ Melhorar o fornecimento de energia elétrica, eliminando rabichos, ligações clandestinas.
- ✓ Orientar a comunidade para a coleta seletiva do lixo e seu correto armazenamento.

PROJETO ÁREA DE EDUCAÇÃO:

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Levar aos moradores da Vila Aparecida o trabalho voluntário dos empregados da Agência Regional de Florianópolis/CELESC na área de Educação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Buscar o aprimoramento educacional e profissional dos moradores da comunidade Vila Aparecida, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida no campo pessoal, profissional e social.
- ✓ Desenvolver o espírito de cidadania e a integração do corpo funcional da Celesc em busca de satisfação e crescimento pessoal.

PROGRAMA ÁREA DE CONVIVÊNCIA FAMILIAR E COMUNITÁRIA:**OBJETIVO GERAL:**

- ✓ Promover, valorizar e desenvolver no meio comunitário, ações e programas que ofereçam oportunidades no relacionamento humano.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Fazer uma diferença real na comunidade Vila Aparecida, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando um lugar melhor para se viver.
- ✓ Criar mentalidade de grupo na comunidade Vila Aparecida, melhorando assim os relacionamentos e a qualidade de vida.

PROGRAMA ÁREA DA SAÚDE:**OBJETIVO GERAL:**

- ✓ Orientar a comunidade na busca de qualidade de vida através de ações educativas-preventivas, estimulando a criação de novos hábitos e sensibilizando para a responsabilidade individual e coletiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Identificar e priorizar ações que respondam às necessidades relativas problemas de saúde;
- ✓ Esclarecer e promover aprendizado nos hábitos de higiene (individual, de moradia e do meio ambiente);
- ✓ Promover esclarecimentos necessários para que sejam eliminados medos advindos da falta de informação sobre meios de transmissão;
- ✓ Orientar e criar hábitos alimentares saudáveis;
- ✓ Fornecer informações sobre aproveitamento integral dos alimentos.

PROGRAMA ÁREA DE ESPORTE E LAZER:**OBJETIVO GERAL:**

- ✓ Promover, valorizar, desenvolver a integração na comunidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: MÚSICA

- ✓ Formar grupos dentro da comunidade que se interessem pela música, visando um bom aprendizado e disposição para trabalhar em conjunto—voluntários/membros da comunidade.

ESPORTE

- ✓ Promover atividades esportivas em parceria com a ABECELESC/ARFLO.

Obteve-se como respostas, o seguinte: dois dos sete entrevistados acreditam que foram alcançados, cinco entrevistados colocam como parcialmente alcançados, salientam que o Programa tem muito pouco tempo de existência e que algumas ações não depende só do grupo e sim de alguns órgãos responsáveis que não deram retorno, como no caso de cursos para alfabetização de adultos.

Os sete entrevistados responderam que estão satisfeitos com os objetivos propostos no início do Programa e não querem que eles sejam substituídos ou que outros objetivos sejam acrescentados, apenas o desejo da maioria é que todos os objetivos sejam executados.

Uma das dificuldades encontradas pelos voluntários foi a ausência de parcerias para realização das atividades na comunidade, e a falta de retorno por parte de alguns órgãos, desmotivou muitas vezes os voluntários, que mesmo assim não desistiram de buscar outras soluções.

Um passo importante, seria transformar os objetivos iniciais do Programa que foram colocados de uma maneira mais geral (o que normalmente ocorre no início de implantação de programas), para objetivos mais específicos, mais práticos. Isso expressaria a sistematização de idéias/sugestões que surgiram a partir da

experiência do trabalho voluntário desenvolvido, como também, orientaria a execução bem como a avaliação das ações.

E finalmente, um terceiro questionário foi aplicado a cinco representantes da comunidade, sendo três professoras do centro-comunitário, e dois líderes do mesmo, que mantinham contato direto com o Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”.

A primeira questão destinada à comunidade, referia-se a **melhoria das condições de vida da comunidade** através do Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”.

Dos cinco entrevistados, quatro responderam que o Programa melhorou de alguma forma as condições de vida da Comunidade, um respondeu que melhorou parcialmente. Dos entrevistados que responderam SIM, sua única preocupação era com a continuidade do Programa. Ainda conforme estes, acreditam que melhorou principalmente a qualidade de vida das crianças.

O entrevistado que respondeu PARCIALMENTE, colocou que o Programa está mais voltado para educação, mesmo sabendo que irá expandir, como podemos verificar a seguir: “A princípio observa-se que o Programa está mais voltado para a educação, sabe-se que irá se expandir, todavia pelo que já foi feito, ele ainda está parcialmente desenvolvido.”

As ações voltam-se para a educação pelo fato de o Programa estar atendendo principalmente o Centro Comunitário onde as crianças recebem reforço escolar. A comunidade acredita que o Programa da Celesc é importante, sua preocupação é com a continuidade, o que seria essencial para que tivesse resultados de impacto na comunidade.

Investigando-se a melhoria da **imagem da Empresa**, perante a comunidade, tem-se a segunda questão, onde todos os entrevistados responderam que SIM, que se está fazendo ações em prol da comunidade é sempre bem visto pelos moradores.

Mais uma vez confirma-se a melhoria da imagem institucional, o que não pode ser utilizado como objetivo principal, mas que é sempre bem vindo por parte das empresas que desenvolvem ações de interesse social.

A terceira questão refere-se aos **impactos ocorridos na comunidade**, ou seja, as ações do Programa que de alguma forma, obteve-se resultados positivos, ainda que pequenos. Quatro dos cinco entrevistados responderam que as ações de maior impacto foram as destinadas às crianças, e um deles respondeu parcialmente pois em alguns pontos causaram impacto e em outros casos a comunidade não foi receptiva, como foi o caso do grupo da terceira idade.

Um dos entraves encontrados pelos voluntários foi aceitação por parte de alguns grupos. Normalmente as pessoas que residem em comunidades carentes muitas vezes recebem algum tipo de visita de instituições e acabam acreditando em uma esperança de mudança. Pela falta de retorno por parte de algumas instituições as pessoas vão criando barreiras diante da possibilidade de implantação de novos Programas, o que dificulta muitas vezes algum tipo de trabalho comunitário, sejam estes, Programas empresariais, governamentais ou mesmo ações da sociedade civil. Em relação aos impactos, qualquer tipo de trabalho comunitário precisa de avaliação constante de seus executores para que as ações desenvolvidas estejam dentro do esperado pela comunidade, ficando fácil de se obter um desvio neste caso, pois o choque de pensamento entre a comunidade e quem presta trabalhos

voluntários muitas vezes acontece, perdendo-se assim a relevância nas ações desempenhadas pelos voluntários.

Procurou-se investigar na quarta questão se Programa desenvolveu suas ações de acordo com as **reais necessidades da Comunidade Vila Aparecida**. Todos os entrevistados responderam que SIM, pois os projetos escolhidos foram destinados às áreas mais graves.

Este ponto é muito importante, pois nenhum Programa destinado à comunidade pode acontecer sem que antes suas reais necessidades sejam atendidas, para que não haja choque entre expectativas/atividades, o que contribui para a obtenção de um maior sucesso.

A quinta questão refere-se à **forma como o Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”** vem sendo executado. Dos cinco entrevistados, quatro concordam com a forma atual, pois atinge principalmente às crianças, clientela muito importante na comunidade e também por ter contado com o apoio Coordenadora Técnica do Instituto Voluntários em Ação. Um deles concorda PARCIALMENTE com a forma, sua sugestão é que o grupo trabalhe mais na comunidade, como podemos constatar com a resposta de um dos entrevistados. “[...] deveriam vir trabalhar mais vezes durante a semana”. (L.M.S.M)

A presença do grupo na comunidade traz segurança para a mesma e facilita uma maior aproximação entre ambos, criando assim um vínculo entre comunidade/voluntários. Caso contrário, a presença esporádica traz a sensação para a comunidade de que a qualquer momento o Grupo não estará mais ali, perdendo um pouco a confiança e segurança em tal.

Uma identificação dos **serviços** já existentes na comunidade fez-se necessário na sexta questão, para uma possível aliança entre o Programa e tais serviços, sendo assim foram citados os seguintes: reforço escolar, grupo de dança, capoeira, cursos de aperfeiçoamento, padaria comunitária, grupo terceira idade, catequese, cozinha alternativa (destinada a cursos).

A sétima questão refere-se às 5 maiores **carências** existentes na Comunidade, com o objetivo de constatar se o Programa realmente está satisfazendo as necessidades da comunidade. Foram colocadas as seguintes: esgoto, falta de ruas calçadas, falta de lixeiras, falta de posto policial, instalação de luz e água e saneamento básico, mais uma equipe no posto de saúde.

Os projetos realizados pelo Programa visam atender também estas áreas, como o de Infra-estrutura e o de Saúde, mas, uma retomada de processo deve ser realizada para que os mesmos sejam efetivados, ou seja, o grupo deve criar algumas alternativas para atender de alguma forma também estas áreas, seja reavaliando os objetivos e/ou mesmo mobilizando a própria comunidade, bem como intervindo através dos órgãos responsáveis por estes serviços.

Por fim, através da oitava questão buscou-se saber quais as **entidades que já colaboram com a comunidade** para uma possível parceria entre estas instituições e o Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA". A Comunidade conta com apoio além da Celesc, das seguintes entidades: UDESC, Projeto Bolsa Escola, PETI, UNISUL, Igreja Nossa Sra. Do Carmo, Restaurante Chopão, madeireira São Marcos, Projeto Moradia e Cidadania (Caixa Econômica Federal), COEP – Banco do Brasil, colégio Dom Bosco e prefeitura.

É importante observar o que já vem sendo feito na comunidade para poder alocar ao Programa, podendo muitas vezes servir como porta de entrada para o desenvolvimento das ações.

Pode-se concluir que através desta pesquisa obteve-se um maior entendimento sobre as questões que envolvem um Programa de Voluntariado, onde muitas vezes encontra-se um antagonismo entre o ponto de vista da empresa, de seus funcionários bem como da comunidade atendida. Percebe-se aqui, a importância de ações a médio e longo prazo, que muitas vezes distanciam-se dos reais objetivos das empresas, que seriam o de buscar ações a curto prazo que dêem maior visibilidade ao programa.

Outra perspectiva importante de se destacar é que as ações desenvolvidas não podem perder de vista as obrigações que o Estado tem para com as comunidades carentes e os excluídos em geral, como bem coloca Montaño (2002, p. 278):

[...] as lutas na sociedade civil devem *ter como horizonte a articulação das demais esferas da sociedade*, articulando assim, os projetos societários em pugna, tanto no Estado, no mercado, na esfera da produção, na sociedade civil, na cotidianidade. Não se pode depositar muita confiança em lutas sociais que, operadas na sociedade civil, deixam de lado outras esferas sociais (como o Estado e o mercado), permitindo seu controle pelas elites.

Para isso, é necessário portanto uma visão crítica por parte dos voluntários, observando como vem ocorrendo as mudanças com o terceiro setor, para que suas ações impliquem em transformação da realidade atendida, e não meramente ações implicando mudanças imediatas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSTAS

O presente trabalho teve como proposta a realização de uma análise no Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”, para isso tornou-se necessário introduzir uma discussão teórica sobre as questões relacionadas ao terceiro setor e as ações de responsabilidade social por parte das empresas.

O tema, como foi possível constatar, traz consigo inúmeros debates por parte de autores e estudiosos, tais como: Peter Drucker (1981), Melo Neto e Froes (1999;2001), Montañó (2002), entre outros, constituindo-se em uma ampla divergência de idéias.

O estudo realizado, nos trouxe esclarecimentos sobre as novas mudanças ocorridas entre Estado, Sociedade Civil e Mercado, onde o terceiro setor vem ampliando sua presença e atuação no Brasil.

A inclusão das ações de Responsabilidade Social entre os objetivos estratégicos de uma empresa, ainda exige um amplo processo de discussões éticas e teóricas.

A partir da pesquisa realizada considera-se importante destacar:

- a) que a atuação orientada para a Responsabilidade Social na Celesc embora presente, ainda exige avançar rumo a consolidação de uma consciência de Responsabilidade Social, entendendo-se que esta possui um caráter amplo, onde se deve levar em conta todos os envolvidos com a empresa, funcionários, fornecedores, clientes e comunidade local.

- b) o estabelecimento de alguns critérios adotados pelos profissionais do planejamento, devem acontecer de maneira que permitam a continuidade das ações, ou seja, os programas destinados ao público interno e externo da empresa, devem ter um monitoramento e avaliação constantes por parte dos profissionais, visando a garantia de sua qualidade e continuidade.
- c) Faz-se necessário a realização de um trabalho em parceria entre os profissionais da Empresa das áreas de Qualidade, Marketing, Assessoria e Serviço Social, entre outras, possibilitando o trabalho em redes, o que contribui para o melhor aproveitamento das ações e dos Programas Sociais da Empresa.
- d) o Assistente Social deve analisar as possibilidades de atuação em novos espaços ocupacionais. O profissional deve, sim, (orientado pelo Código de Ética - a Lei que Regulamenta a Profissão e a proposta de formação profissional) atuar junto ao terceiro setor, realizando a mediação, a criação e o fortalecimento de redes, a realização de consultoria, assessoria, ou seja, deve aplicar seu referencial teórico-metodológico, em todos os espaços comprometidos com a garantia dos direitos e a ampliação da cidadania.
- e) no que diz respeito à Responsabilidade Social e ao terceiro setor, necessita-se aqui de um debate mais aprofundado entre as divergências atuais podendo servir como tema para outros estudos, engajando assim o meio acadêmico neste novo cenário,

colaborando-se para o aprofundamento da discussão , no que se refere ao tema.

- f) o balanço Social também deve servir como objeto de estudo para outros trabalhos onde a divulgação no Brasil ainda não é obrigatória mas já existe no Congresso um Projeto de Lei em tramitação. Sugere-se a realização de um estudo sobre como a questão do Balanço Social se faz presente nos países do Mercosul.
- g) o Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA” por ser proveniente dos funcionários da Celesc deve receber o apoio efetivo da Empresa para que tenha continuidade, fortalecendo-se e tornando-se uma marca, aparecendo dessa forma na cultura da Empresa.
- h) a pesquisa qualitativa realizada com o Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA” confirma que apesar da crescente onda de “cidadania participativa” ainda vigora no Brasil o sentimento de solidariedade para com o próximo. Esta questão é vista de maneira negativa para muitos autores, mas é interessante destacar aqui, que esta “solidariedade” pode ser aproveitada se os programas de voluntariado contarem com profissionais qualificados colaborando para sua implementação. Assim sendo, teria-se uma orientação para o exercício da cidadania, cobrando-se também uma participação por parte do Estado na execução de Políticas Sociais, sendo que as ações voluntárias devem servir como um complemento de tais políticas. A sociedade civil deve ter

consciência de que a atenção maior deve ser proveniente do Estado, mas que esta, por sua vez, também pode agregar a estas ações soluções eficazes com resultados a médio e longo prazos, ocasionando assim impactos positivos na comunidade atendida, bem como criando entre as pessoas um sentimento de solidariedade e de justiça social tão escasso nos dias atuais onde o individualismo e alienação tornam-se cada vez mais comuns em nossa sociedade.

→ Percebe-se portanto que, a atuação do Assistente Social nas Empresas aparece como um campo emergente, onde o profissional deve mostrar-se criativo e pró-ativo qualificando e implementando programas na empresa que beneficiam seus funcionários e seu público em geral, mostrando que sua atuação é sim essencial para que a empresa torne-se cada vez mais competitiva no mercado atual.

Os programas de voluntariado empresarial, por sua vez, devem receber um monitoramento constante, pois muitas vezes as ações efetuadas podem tornar-se apenas emergenciais, constituindo-se por uma reprodução da miséria e exclusão social, desmotivando assim os próprios voluntários por não perceberem resultados, de fato, na comunidade.

5. REFERÊNCIAS

ALBAGLI, Sarita. Novos Espaços de Regulação na Era da Informação e do Conhecimento. In: LASTRES, Helena M; ALBAGLI, Sarita (Org.). **Informação e globalização na era do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p. 290 – 113.

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao Trabalho?** Ensaios sobre as Metamorfoses e a Centralidade do Mundo do Trabalho. 4º ed. São Paulo: Cortez, 1997.

BARROCO, Maria Lúcia Silva. **Bases filosóficas para uma reflexão sobre ética e Serviço Social**. In: SPOSATI, Aldaíza de Oliveira (Org.). Serviço Social & Sociedade. São Paulo: Cortez, 1992. p.80 – 90.

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade Social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. São Paulo, 2001. Tese (Doutorado em Administração) – Curso de Pós-Graduação em Administração, Universidade de São Paulo.

BRASIL. Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993 – LOAS: Lei orgânica da Assistência Social – que regulamenta os artigos 203 e 204 da Constituição Federal e dispõe sobre a organização da assistência social. Ministério da Previdência e Assistência Social. 2 ed. – Brasília: MPAS, SEAS, 2001. 55p.

BRASIL. Código de Ética profissional do Assistente Social. Resolução CFESS nº 273/93. Brasília de 13 de março 1993.

CARDOSO, Ruth; FRANCO, Augusto de; OLIVEIRA, Miguel Darcy de. **Um Novo Referencial para a ação do Estado e da Sociedade**: Sete lições da experiência da Comunidade Solidária. Brasília: PNUD, 2000.

CASTRO, Fernando Paulo Guimarães. Ativos intangíveis e Estratégias. **Revista Expressão**. Florianópolis, ano 10, nº 105, p. 88 – 89, 2000.

CAVALCANTE, Maria Tereza Leal. **Assistentes Sociais & Mercado de Trabalho**. Disponível em: <<http://www.cfess.org.br/>>. Acesso em: 19 out. 2002.

Centrais Elétricas de Santa Catarina. Relatório de Gestão 1999/2002. Florianópolis, 2002.

CODURAS, Pedro. **Voluntarios: Discípulos y Ciudadanos**. Disponível em: < http://www.orbita.starmedia.com/~dellordine/voluntarios_2.htm. Acesso em: 12 fev. 2003.

CORRÊA, Máira Baumgarten. **Reestruturação Produtiva e Industrial**. In: CATTANI, Antônio David (org). Trabalho e Tecnologia: dicionário crítico. 2º ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

CORRÊA, Andréa Cristiane Dutra. **Será o terceiro setor, um espaço de atuação para o Assistente Social e o voluntário?** Florianópolis, 2001. 66p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Serviço Social). Universidade Federal de Santa Catarina.

CORULLÓN, Mónica Beatriz Galiano; FILHO, Barnabé Medeiros. **Voluntariado na Empresa: Gestão Eficiente da Participação Cidadã**. São Paulo: Peirópolis, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas**. São Paulo: Atlas, 1996.

DETONI, Márcia. Funcionários viram voluntários no trabalho. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 23 agost. 2001, p.10-13.

DE BONIS, Daniel. **Selo Empresa Amiga da Criança tem novos critérios de certificação**. Disponível em: <http://www.gife.org.br/>. Acesso em: 17/01/03.

DUTRA, Luiz Carlos. Dentro dos Limites Éticos. **Revista Expressão**: Florianópolis, Ano 11. n. 112, 2001.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Fator Humano e Desempenho: o melhor de Peter F. Drucker sobre a administração**. Trad. Carlos Afonso Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1981.

FABIÃO, Maurício França. **O Negócio da Ética: um estudo sobre o Terceiro Setor Empresarial**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/>. Acesso em: 17/01/03.

FALCÃO, Joaquim. O emprego e a nova lei do voluntariado. Reforma da Legislação – artigos sobre a reforma. Fonte: Agir, nº 4, 1998. Disponível em: <<http://www.rits.org.br/>>. Acesso em: 14 agosto 2002.

FILHO, Otávio Frias. Anti-ant-Davos. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 01 fev. 2001.

GOLDBERG, Ruth. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. São Paulo: Instituto Ethos Empresas e Responsabilidade Social e Programa Voluntários – Comunidade Solidária, 2001.

GRZYBOWSKI, Cândido. Balanço Social, instrumento de gestão. Florianópolis: **Revista Expressão**. 2000.

_____. Três questões sobre voluntariado. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 01 abril de 2001.

HARVEY, David. **A Condição Pós-moderna: Uma Pesquisa Sobre as origens da Mudança Cultural**. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. 3º ed. São Paulo: Loyola, 1989.

HERZOG, Ana Luiza. **Algo em Comum**. In: Revista EXAME. Guia de Boa Cidadania Corporativa, 2002.

IAMAMOTO, Marilda Villela. **O Serviço Social na Contemporaneidade: dimensões históricas, teóricas e ético-políticas**. Debate CRESS – CE, nº 6, Fortaleza, 1997.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial: Instrumento de avaliação e planejamento para empresas que buscam excelência e sustentabilidade em seus negócios**. Junho/2000.

Instituto Brasileiro da Qualidade Nuclear. **Normas e Certificações: Barreiras ou Oportunidades?** Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em: 17 jan. 2003.

LANDIM, Leilah. **Para Além do Mercado e do Estado? Filantropia e Cidadania no Brasil**. Rio de Janeiro: ISER, 1993.

- _____. **Notas em torno do terceiro setor e outras expressões estratégicas.** In: O Social em Questão. Vol. 4. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Serviço Social, 1999.
- MARTINELLI, Maria Lúcia. **Serviço Social: identidade e alienação.** São Paulo: Cortez, 1989.
- MENEGASSO, Maria Ester. **As Organizações e o Serviço Social: Uma versão preliminar.** Florianópolis, 2000. Resumo. Mimeografado.
- _____. **As Teorias de Administração: Uma Síntese.** Florianópolis, 1998. Resumo. Mimeografado.
- MESTRINER, Maria Luiza. **O Estado entre a Filantropia e a Assistência Social.** São Paulo: Cortez, 2001.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
- _____. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
- MOTA, Ana Elizabete da. **O Feitiço da Ajuda: As determinações do Serviço Social na Empresa.** São Paulo: Cortez, 1985.
- MONTAÑO, Carlos. **Terceiro Setor e a Questão Social: Crítica ao Padrão Emergente de Intervenção Social.** São Paulo: Cortez, 2002.
- O'DONNELL, Cyril; KOONTZ, Harold. **Princípios de Administração: Uma Análise das Funções Administrativas.** Trad. Carlos José Malferrari. São Paulo: Pioneira, 1962.
- RAGO, Luzia Margareth; MOREIRA, Eduardo F. P. **O que é Taylorismo.** São Paulo: Brasiliense, 7ª ed. Coleção Primeiros Passos, 1993.
- Revista Expressão.** Florianópolis: Expressão Sul. Ano 11 – 2001 – Anual.

SANTOS, Theotonio dos. **Economia Mundial, Integração Regional e Desenvolvimento Sustentável**: As novas tendências da economia mundial e a integração latino-americana. 4^o ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

SÁ, Fernanda Bornhausen. **Informativo do Instituto Voluntários em Ação**. nº 5/ dezembro, 2001.

SILVA, Benedicto. **Taylor e Fayol**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1960.

SIMIONATTO, Ivete. **Formação Profissional**: Um projeto de atualização. Cadernos de Textos CRESS, nº 03 - 12^o Região, 1998.

SOUZA, Maria Luiza de. **Serviço Social e Instituição**: A questão da participação. 5^a ed. São Paulo: Cortez, 1995.

SCHROEDER, Jocimari Tres. **Responsabilidade Social Corporativa**: Um Estudo de caso na Arteplas - Artefatos de Plásticos Ltda.

TENÓRIO, Fernando G. (Org.) **Gestão de ONGs: Principais Funções Gerenciais**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1999.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 4^a ed. São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1988.

VIEIRA, Luiz Cézare. **Democracia representativa na Celesc**: A experiência da participação dos empregados no Conselho de Administração. Florianópolis: Metrópole, 2001.

6. ANEXOS

ANEXO A – Modelo Balanço Social IBASE

ANEXO B – Projeto de Lei nº 032/99

ANEXO C – Lei do Voluntariado

ANEXO D – Questionário Comunidade Vila Aparecida

ANEXO E – Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA” e Projetos (SAÚDE, EDUCAÇÃO, INFRA-ESTRUTURA, CONVIVÊNCIA, ESPORTES).

ANEXO F – Mapa de localização Comunidade Vila Aparecida

ANEXO G – Questionários aplicados na pesquisa.

1. Base de cálculo	2002 Valor (mil reais)			2001 Valor (mil reais)		
Receita líquida (RL)						
Resultado operacional (RO)						
Folha de pagamento bruta (FPB)						
2. Indicadores sociais internos	Valor (mil R\$)	%Sobre FPB	%Sobre RL	Valor (mil R\$)	%Sobre FPB	%Sobre RL
Alimentação						
Encargos sociais compulsórios						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e medicina no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creches ou auxílio-creche						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total - Indicadores sociais internos						
3. Indicadores sociais externos	Valor (mil R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL	Valor (mil R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4. Indicadores ambientais	Valor (mil R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL	Valor (mil R\$)	%Sobre RO	%Sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:						
	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75%	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> não possui metas	<input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75%	<input type="checkbox"/> não possui metas
	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50%	<input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%	<input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%
5. Indicadores do corpo funcional						
Nº de empregados(as) ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados(as) terceirizados(as)						
Nº de estagiários(as)						
Nº de empregados(as) acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)						
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais						
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2002			Metas 2003		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa %	no Procon %	na Justiça %	na empresa %	no Procon %	na Justiça %
% de reclamações e críticas solucionadas:	na empresa %	no Procon %	na Justiça %	na empresa %	no Procon %	na Justiça %
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2002:			Em 2001:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	% governo	% colaboradores(as)	% acionistas	% governo	% colaboradores(as)	% acionistas
		% retido			% retido	

7. Outras informações

Apoio:



Parcerias:



ANEXO B · Projeto de lei nº 032/99 – Obrigatoriedade de Publicação do Balanço Social (em tramitação pelo Congresso Nacional Brasileiro)

Art. 1º. Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social:

I – as empresas privadas que tiveram cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados.

Art. 2º. Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Art. 3º. O Balanço Social deverá conter informações sobre:

I – A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhando o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;

III – valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;

IV – Valor dos tributos pagos, especificando cada item;

- V – Alimentação do trabalhador: gastos com restaurante, tiquete-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;
- VI - Educação: valor dos gastos com treinamento profissional; programas de estágios (excluídos salários); reembolso de educação; bolsas escolares; assinaturas de revistas; gastos com biblioteca (excluído pessoal); outros gastos com educação e treinamento dos empregados, destacando os gastos com os empregados adolescentes; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;
- VII – Saúde dos empregados: valor dos gastos com planos de saúde; assistência médica; programas de medicina preventiva; programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;
- VIII – Segurança no trabalho: valor dos gastos com segurança no trabalho, especificando os equipamentos de proteção individual e coletiva na empresa;
- IX – Outros benefícios: seguros (valor da parcela paga pela empresa); valor dos empréstimos aos empregados (só o custo); gastos com atividades recreativas; transportes; creches e outros benefícios oferecidos aos empregados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;
- X – Previdência privada: planos especiais de aposentadoria; fundações previdenciárias; complementações; benefícios aos aposentados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;
- XI – Investimentos na comunidade: valor dos investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados) nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, assistência social segurança, urbanização, defesa civil, educação, obras públicas, campanhas públicas e outros, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;
- XII – Investimentos em meio ambiente: reflorestamento; despoluição; gastos com introdução de métodos não-poluentes e outros gastos que visem à conservação ou

melhoria do meio ambiente, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

§ único: Os valores mencionados no Balanço Social deverão ser apresentados relacionando-se o percentual de cada item em relação à folha de pagamento e ao lucro operacional da empresa.

Art. 4º. As empresas mencionadas no artigo 1º. deverão dar publicidade ao seu balanço social, na forma do artigo 7º e 8º. desta lei, até o dia 30 de abril de cada ano.

§ único: As empresas que são obrigadas a publicar balanço patrimonial e financeiro seguirão os prazos previstos na legislação específica, e farão publicar o Balanço Social juntamente com aquele.

Art. 5º O Poder Executivo poderá utilizar-se das informações do Balanço social das empresas com vistas à formulação de políticas e programas de natureza econômico-social, em nível nacional e regional.

Art. 6º É facultada às empresas não mencionadas nos incisos I e II do artigo 1º a apresentação do balanço social.

Art. 7º O Balanço Social será afixado na entrada principal dos estabelecimentos da empresa nos seis primeiros meses da sua divulgação.

Art. 8º É garantido o acesso e divulgação do Balanço Social aos empregados da empresa e às autoridades e órgãos governamentais e do Legislativo, sindicatos, universidades e demais instituições públicas ou privadas ligadas ao estudo e à pesquisa das relações de trabalho ou da promoção da cidadania.

Art. 9º As obrigações contidas na presente lei não substituem quaisquer outras obrigações de prestação de informações aos órgãos públicos anteriormente estabelecidos pela legislação.

Art. 10 As empresas que não atenderem ou fraudarem, no todo ou em parte, ao disposto na presente lei, ficarão impedidas de participar de licitação e contratos da Administração Pública, de se beneficiar de incentivos fiscais e dos programas de crédito oficiais e serão sujeitas à multa pecuniária no valor a ser definido pelo Executivo, que será dobrada em caso de reincidência.

§ Único: O Poder Executivo deverá dar publicidade das empresas que não cumprirem o disposto no artigo 1º ao final de cada exercício.

Art. 11 O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de noventa dias a contar da sua publicação, dispondo sobre as medidas necessárias à sua plena eficácia, inclusive sobre os critérios de fiscalização e os órgãos competentes ao seu fiel cumprimento.

Art. 12 Esta lei entra em vigor no exercício financeiro subsequente ao de sua publicação. Revogam-se as disposições em contrário.

ANEXO C - Lei do Serviço Voluntariado

Lei n. 9.608, de 18 de fevereiro de 1998.

Artigo 1. – Considera-se serviço voluntário, para fins desta lei, a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade.

Parágrafo Único. O serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

Artigo 2. – O serviço voluntário será exercido mediante a celebração de termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, dele devendo constar o objeto e as condições do seu exercício.

Artigo 3. – O prestador do serviço voluntário poderá ser ressarcido pelas despesas que comprovadamente realizar no desempenho das atividades voluntárias.

Parágrafo único. As despesas a serem ressarcidas deverão estar expressamente autorizadas pela entidade a que for prestado o serviço voluntário.

Artigo 4. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Artigo 5. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 18 de fevereiro de 1998; 117. Da Independência e 110. da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

PAULO PAIVA

(Publicado no *Diário Oficial da União* de 19 de fevereiro de 1998)

ANEXO D

Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A - CELESC

Agência Regional de Florianópolis

QUESTIONÁRIO
ASSOCIAÇÃO VILA APARECIDA
"ARFLO VOLUNTÁRIA"



PROGRAMA - "ARFLO VOLUNTÁRIA"

NOME :

IDADE :

CARGO :

1) Atividade Profissional :

2) Tempo de moradia na comunidade :

3) Conhecimento e parecer dos trabalhos desenvolvidos da associação de moradores
(atividades que são desenvolvidas na sede) :

4) Como participa das atividades da Associação (inclusive família) :

5) Sugestões de atividades a serem desenvolvidas na sede da associação de moradores
(para combater os problemas levantados) :



Celesc

Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A.

6) Interesse em colaborar em alguma atividade na comunidade (motivá-lo):

7) Sugestões de reivindicações aos órgãos públicos (formula de realizar):

8) Palavra livre do entrevistado :

Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A - CELESC
Agência Regional de Florianópolis

PROGRAMA
“ARFLO VOLUNTÁRIA”

Florianópolis, junho de 2001

Elaboração: Maria Helena C. Rosa

1. Antecedentes

- **CELESC/ARFLO** parceria com **INSTITUTO VOLUNTÁRIOS EM AÇÃO** com seu trabalho de estímulo ao voluntário empresarial.

2. Justificativa

- A CELESC, mesmo sendo uma empresa pública, de prestar um serviço essencial a todas as classes de clientes, tem mostrado preocupações sociais e ambientais, porém não tem aberto canais que propiciem o exercício da solidariedade humana voluntária, a seus empregados.
- A vida é simples e aos poucos nos ensina a arte do **BEM VIVER** que já existe a mais de 20 séculos: "Amar a DEUS sobre todas as coisas e fazer ao próximo o que gostaria que ele te fizesse".

3. Objetivos do Programa

Objetivo Geral

⋮
Promover, valorizar e disseminar no meio funcional, ações e programas que ofereçam oportunidades para o exercício da cidadania e solidariedade.

Objetivos Específicos :

- Fazer uma diferença real nas comunidades, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando a comunidade um lugar melhor para se viver.
- Desenvolver capacidade de liderança; os funcionários que fazem trabalhos voluntários são mais motivados, mais produtivos e mais leais a empresa.
- Criar a mentalidade no corpo gerencial de que a existência de um programa para voluntários é um elemento importante para a imagem da empresa junto a comunidade e para a realização pessoal

4. Abrangência

- Este programa aplica-se aos funcionários da CELESC / ARFLO que dele desejarem participar.

5. Metodologia

- Identificar visão, valores e ações de responsabilidade social;
- Estruturar uma comissão de trabalho, estabelecer contatos;
- Desenvolver conceitos e estratégias de apoio ao programa de voluntários;
- Diagnosticar as experiências e potencialidade dos funcionários;
- Identificar as necessidades da comunidade;
- Estruturar o programa de voluntários;
- Implantar e gerenciar o programa;
- Divulgar interna e externamente o programa;
- Valorizar e reconhecer as ações voluntárias;
- Formar uma equipe de funcionários e dar-lhes a responsabilidade de planejar e gerenciar atividades voluntárias organizadas.

6. Recursos

- **Humanos**
Funcionários da Agência Regional de Florianópolis.
- **Materiais**
Divulgação, Pesquisa, Fotografia, Gráfico, Relatório Técnico...
- **Apoio**
ASSARFLO E DVAF

8. Resultados Esperados

- **Organizar** à disposição para o trabalho voluntário dentro da empresa;
- **Envolver** funcionários, e corpo gerencial;
- **Gerar** ações em apoio a comunidade;
- **Incentivar** os funcionários a fazerem um trabalho voluntário de sua própria escolha;
- **Organizar** projeto que possa ser executado pelo funcionário, com apoio da empresa;

- **Assumir** o compromisso de colaborar com uma causa ou uma organização específica, disponibilizando suas aptidões.

Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A - CELESC
Agência Regional de Florianópolis

PROGRAMA: SAÚDE NA COMUNIDADE
VILA APARECIDA

Florianópolis, novembro de 2001

Elaboração : SESO

1. Antecedentes

- Com a idéia crescente de cidadania *participativa*, as *Empresas* passaram a trocar ações de caráter assistencialista por parcerias, transferindo conhecimento, recursos e trabalho de profissionais engajados como voluntários. Escolhida a Vila Aparecida como alvo do 1º trabalho da Equipe de Voluntários, as ações se voltaram para as necessidades da mesma.

2. Justificativa

- A constatação da carência, após realização de pesquisa/levantamento das necessidades na área de saúde, higiene e educação justificam o presente projeto.

3. Objetivos do Programa

Objetivo Geral :

- **Orientar a comunidade na busca de qualidade de vida através de ações educativas-preventivas, estimulando a criação de novos hábitos e sensibilizando para a responsabilidade individual e coletiva.**

Objetivos Específicos:

- **Identificar e priorizar ações que respondam às necessidades relativas a problemas de saúde;**
- **esclarecer e promover aprendizado nos hábitos de higiene (individual, de moradia e do meio ambiente);**
- **promover esclarecimentos necessários para que sejam eliminados medos advindos da falta de informação sobre meios de transmissão;**
- **orientar e criar hábitos alimentares saudáveis;**
- **fornecer informações sobre aproveitamento integral dos alimentos.**

4. Abrangência

Este programa abrangerá a comunidade da Vila Aparecida, através de grupos existentes: creche, grupo de mães e grupos de idosos.

5. Metodologia

- Apresentação do projeto, enfatizando sua importância para o grupo e os benefícios que poderão advir;
- Participar das reuniões dos grupos existentes, passando informações sobre hábitos higiênicos, cuidados com a saúde, através de mini-palestras, vídeos, mensagens, teatro e oficinas;
- Aulas práticas com nutricionista, orientando sobre o valor nutritivo dos alimentos e o aproveitamento integral de frutas e legumes.

6. Recursos

Humanos: Voluntários filiados ao Programa da Celesc

Financeiros: Advindos da Empresa e da comunidade

7. Resultados Esperados

- **Alcançar os objetivos propostos.**

8. Avaliação

- **Será realizada periodicamente com a comunidade e tecnicamente com o grupo de voluntários**

**Equipe de Trabalho: Jandira Gadotti
Joana Oenning Walter
Teresa M. Bugmann Ramos**

CENTRAIS ELÉTRICAS DE SANTA CATARINA S/A
CELESC
Agência Regional de Florianópolis

ARFLO VOLUNTÁRIA



PROJETO EDUCAÇÃO

Florianópolis, 12 de novembro de 2001

Responsáveis

Ana Lúcia Silva
Cláudia Mailiote Antunes
Denise F. C. A. Pereira
Edson L. Sabino
Jandira Jeane Gadotti
Liane Maristela Herdt

Justificativa

Levar à Comunidade de Vila Aparecida o trabalho voluntário, visando colaborar com a melhoria de qualidade de vida daquela comunidade e criação de espírito de solidariedade no corpo funcional da Celesc.

Objetivo Geral

Levar aos moradores da Vila Aparecida o trabalho voluntário dos empregados da Agência Regional de Florianópolis/CELESC na área de Educação.

Objetivo Específico

Buscar o aprimoramento educacional e profissional dos moradores da comunidade da Vila Aparecida, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida nos campos pessoal, profissional e social.

Desenvolver o espírito de cidadania e a integração do corpo funcional da Celesc em busca de satisfação e crescimento pessoal.

Metodologia

Inicialmente, foi efetuada entrevista com os professores da Creche Alfa Gente, professores do reforço escolar da Sede da Associação de Moradores e o Coordenador da Associação de Moradores, visando buscar integração com a comunidade.

Visando buscar integração com a comunidades, optou-se por iniciar as atividades coletando livros para utilização dos professores junto às crianças que comparecem diariamente na Associação e, posteriormente, verificar espaço para uma biblioteca com “brinquedoteca”.

Em paralelo, as professoras especificarão as necessidades de material pedagógico que serão fornecidos pelos voluntários, para utilização durante as aulas de reforço escolar e creche.

Para o ano 2002, trabalharemos prioritariamente na alfabetização de adultos e, após maior entrosamento com as pessoas da comunidade, buscaremos identificar aquelas que necessitam de treinamento profissional específico, buscando convênios para a realização dos cursos.

Após integração mais efetiva com a comunidade, buscaremos promover palestras motivacionais.

Diagnóstico das Necessidades

Cursos

- . Vigilante
- . Administração para o Lar - (Doméstica)
- . Eletricista
- . Informática
- . Alfabetização de Adultos

Palestras

- . Palestra de Auto Ajuda - Motivação

Material Pedagógico

- . Sucata
- . Folhas de papel para rascunho
(Ficou para se recolher lista de materiais pedagógicos com as professoras).

Biblioteca

- . Livros de Matemática
- . Livros de Português
- . Livros de Literatura Infantil
- . Brinquedos educativos

Recursos

Parcerias junto a instituições como: SENAC, SESI e SINE para realização de cursos profissionalizantes.

Verificação de locais onde podem ser promovidos os cursos e palestras.

Humanos: funcionários da Agência Regional Florianópolis.

Materiais pedagógicos (doações).

Resultados Esperados

Conquista da confiança dos moradores da comunidade.

Promoção do desenvolvimento pessoal e profissional ampliando o acesso ao mercado de trabalho.

Elevação da auto-estima, integração e colaboração entre os membros da comunidade.

Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A - CELESC
Agência Regional de Florianópolis

PROGRAMA - ÁREA DE CONVIVÊNCIA
FAMILIAR E COMUNITÁRIA

“ARFLO VOLUNTÁRIA”

Florianópolis, outubro de 2001

Coordenadora: MARIA HELENA C. ROSA

1. Antecedentes

- **CELESC/ARFLO** parceria com **COMUNIDADE VILA APARECIDA** com seu trabalho na Área de Convivência Familiar e Comunitária.

2. Justificativa

- O GRUPO, devido a carência e necessidade da Comunidade Vila Aparecida, na Área de Convivência Familiar e Comunitária, desenvolverá trabalhos específicos

3. Objetivos do Programa

Objetivos Geral:

Promover, valorizar e desenvolver no meio Comunitário, ações e programas que ofereçam oportunidades no relacionamento humano.

Objetivos Específicos :

- Fazer uma diferença real na Comunidade Vila Aparecida, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando as um lugar melhor para se viver.
- Criar mentalidade de grupo na Comunidade Vila Aparecida, melhorando assim o relacionamento e a qualidade de vida.

4. Abrangência

- Este programa aplica-se a Comunidade Vila Aparecida

5. Metodologia

- Criar juntamente com os Coordenadores da Comunidade, calendário do Programa de Datas Festivas.

- Criar Grupo de Mães, com objetivo de desenvolver trabalhos manuais, curso de aperfeiçoamento...
- Valorizar aptidões das mães, troca de conhecimento e informações.

6. Recursos

- **Humanos**
Funcionários da Agência Regional de Florianópolis.
- **Materiais**
Divulgação, Fotografia, Trabalhos Manuais, Material Didático...
- **Apoio**
ASSARFLO E DVAF

8. Resultados Esperados

- **Integrar** à Comunidade Vila Aparecida com os Voluntários da CELESC;
- **Melhorar** a qualidade de vida da Comunidade Vila Aparecida.

Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A - CELESC
Agência Regional de Florianópolis

PROGRAMA
"ARFLO VOLUNTÁRIA"

GRUPO - ÁREA DE ESPORTE E LAZER.

MARGARETE

1. Antecedentes

- Grupo “área de esporte e lazer” em parceria com a comunidade Vila Aparecida.

2. Justificativa

- Proporcionar a comunidade melhoria na qualidade de vida através do esporte e lazer.

3. Objetivos do Programa

Objetivo Geral :

Promover, valorizar, desenvolver a integração na comunidade.

Objetivo Específico :

- **Música.**
- **Formar grupos dentro da comunidade que se interessem pela música, visando um bom aprendizado e disposição para trabalhar em conjunto - Voluntários / membros da comunidade.**
- **Esporte.**
- **Promover atividades esportivas em parceria com a ABECELESC/ARFLO.**

4. Abrangência

- **Este programa aplica-se à comunidade Vila Aparecida.**

5. Metodologia

- Identificar pessoas com pré disposição à música/esporte.

6. Recursos

- **Humanos**

Funcionários da Agência Regional de Florianópolis/Parentes, comunidade Vila Aparecida.

- **Materiais**

Papel, computador, instrumento musicale material esportivo.

- **Apoio**

ASSARFLO E DVAF

8. Resultados Esperados

- **Motivação para que os moradores participem dos eventos realizados na referida comunidade.**

Coordenador:

Gino de Souza

Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A - CELESC
Agência Regional de Florianópolis

**PROGRAMA - ÁREA DE
INFRA-ESTRUTURA
"ARFLO VOLUNTÁRIA"**

Florianópolis, outubro de 2001

Coordenador: JONAS PEDRO SOARES

1. Antecedentes

- **CELESC/ARFLO** parceria com **COMUNIDADE VILA APARECIDA** com seu trabalho na Área de INFRA-ESTRUTURA.

2. Justificativa

- O GRUPO, devido a carência e necessidade da Comunidade Vila Aparecida, na Área de INFRA-ESTRUTURA, desenvolverá trabalhos específicos.

3. Objetivos do Programa

Objetivo Geral:

- Desenvolver no meio Comunitário, ações e programas que ofereçam melhor qualidade de vida.

Objetivos Específicos :

- Fazer uma diferença real na Comunidade Vila Aparecida, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando um lugar melhor para se viver.
- Fazer um trabalho de conscientização através de palestras sobre o uso correto da energia elétrica, oferecendo vantagens através do programa de baixa renda, enquadrando-os na tarifa social, bem como, o parcelamento de débitos dentro das condições de cada cliente
- Melhorar o fornecimento de energia elétrica, eliminando rabichos, ligações clandestinas
- Orientar a comunidade para coleta seletiva do lixo e seu correto armazenamento.

4. Abrangência

- Este programa aplica-se a Comunidade Vila Aparecida

5. Metodologia

- Agendar juntamente com os Coordenadores da Comunidade, palestras e esclarecimento do uso da energia elétrica
- Levantamento e execução de Projetos de extensão de rede para atender casos com ligações clandestinas
- Fazer parceria com a COMCAP, para instalação de pontos de coleta seletiva do lixo e divulgação do horário.

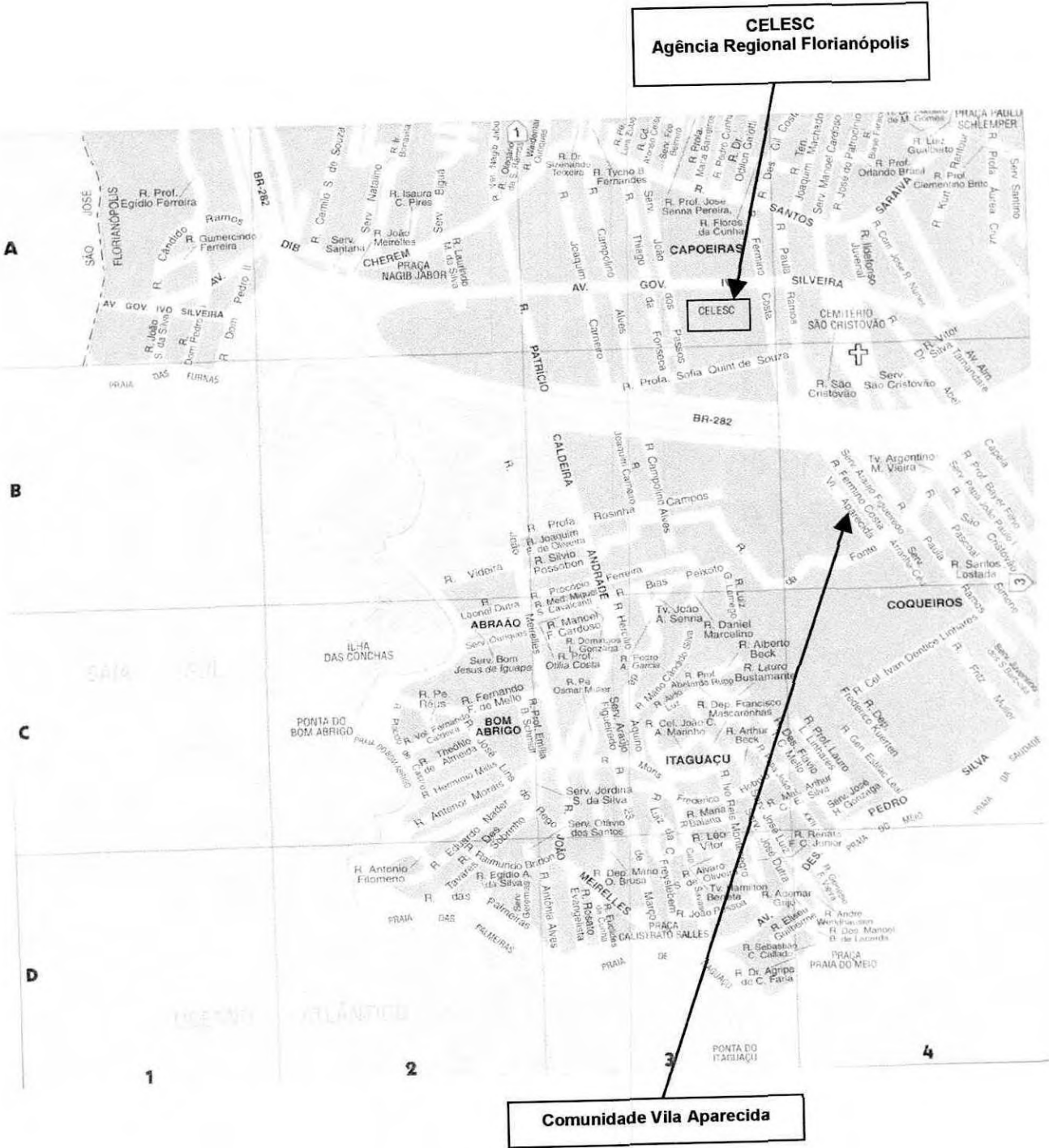
6. Recursos

- **Humanos**
Funcionários da Agência Regional de Florianópolis.
- **Materiais**
Divulgação, Fotografia, Material do PROCEL, Posto Móvel de Atendimento e Veículos da ARFLO/SPUE
- **Apoio**
ASSARFLO, Prefeitura Municipal de Florianópolis, COMCAP e Líderes Comunitários.

7. Resultados Esperados

- **Integrar** à Comunidade Vila Aparecida com os Voluntários da CELESC;
- **Melhorar** a qualidade de vida da Comunidade Vila Aparecida;
- **Atender** com energia elétrica todos os moradores da Comunidade Vila Aparecida;
- **Conscientizar** e orientar a Comunidade no uso de energia elétrica;
- **Evitar** acúmulo de lixo nas ruas e terrenos baldios, evitando problemas de saúde pública.

ANEXO F – Localização da Comunidade Vila Aparecida em relação à Celesc



ANEXO G - Pesquisa sobre o Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"

Empresa: CELESC/ARFLO - Agência Regional de Florianópolis

IDENTIFICAÇÃO

Nome do entrevistado:.....

Cargo:.....

1) Quais foram as causas que motivaram a criação do Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

▪ Responda em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações:

2) Um programa de Voluntariado entre os funcionários da empresa...

	Concordo	Concordo Parcialmente	Discordo
-Melhora a imagem da empresa na comunidade	[]	[]	[]
-Aumenta o comprometimento dos funcionários com a empresa	[]	[]	[]
-É mais benéfico para funcionários e comunidade do que para a empresa	[]	[]	[]
-Custa mais do que a empresa recebe em troca	[]	[]	[]
-Aumenta a motivação e produtividade dos funcionários	[]	[]	[]

Outros.....
.....
.....
.....

3) Para a Empresa, liberar um funcionário para prestar trabalhos voluntários em horário de trabalho implica em...

Baixa na produtividade

Mau exemplo aos outros funcionários

Uma forma de incentivar o funcionário a engajar-se ao programa de voluntariado

Não interfere no desenvolvimento da Empresa

Outros.....
.....
.....

4) A empresa considera importante a execução de ações sociais?

SIM NÃO

Por quê?

.....
.....
.....
.....

5) A empresa considera importante apoiar e divulgar as ações desenvolvidas pelo Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"?

SIM NÃO

Por quê?

.....
.....
.....
.....

Local:

Data:

Responsável pela coleta das informações: Daniela Martins Lemos

Pesquisa sobre o Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"

Funcionários Voluntários - CELESC/ARFLO
Agência Regional de Florianópolis

IDENTIFICAÇÃO

Nome do entrevistado:.....

Cargo:.....

Grau de formação: [] 1º grau completo [] 2º grau completo

[] Curso superior Qual?.....

1) Quais as causas que motivaram a participação no Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"?

.....
.....
.....
.....
.....

2) Com qual área do Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA" você mais se identifica?

- [] Saúde
- [] Educação
- [] Infra-estrutura
- [] Esporte/Lazer
- [] Convivência Familiar e Comunitária

3) Você considera o Programa importante para a Empresa?

[] SIM [] NÃO

Por quê?

.....
.....
.....

4) Quais os benefícios de participar do Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"? (Admite mais de uma resposta)

- [] Contribuir para a melhoria do País
- [] Fazer uma atividade diferente das realizadas no dia-a-dia
- [] Sentir-se útil e valorizado
- [] Desenvolver qualidades nunca antes percebidas
- [] Desenvolver tarefas as quais possui conhecimento profissional ou acadêmico

- Melhorar as condições de vida da Comunidade
- Melhorar o envolvimento/compromisso do funcionário com a Empresa
- Contribui para o desenvolvimento de conhecimentos, técnicas e habilidades de liderança entre os funcionários
- Aumento da motivação e produtividade no trabalho
- Não trouxe benefícios
- Outros

.....
.....

5) Você está satisfeito em relação à forma do Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA", ou seja, como ele vem sendo executado?

- SIM NÃO PARCIALMENTE

Por quê?

.....
.....
.....

6) Você considera que o programa alcançou os objetivos propostos no início (VIDE EM ANEXO)?

- SIM NÃO PARCIALMENTE

Por quê?

.....
.....
.....

7) Você gostaria que os objetivos propostos no início do Programa fossem substituídos ou que outros objetivos fossem acrescentados ?

- SIM NÃO

Quais?

.....
.....
.....

Local:

Data:

Responsável pela coleta das informações: Daniela Martins Lemos

ANEXO: Objetivos do Programa “ARFLO VOLUNTÁRIA”

PROGRAMA “ARFLO VOLUNTÁRIA”

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Promover, valorizar e disseminar no meio funcional, ações e programas que ofereçam oportunidades para o exercício da cidadania a solidariedade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Fazer uma diferença real nas comunidades, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando a comunidade um lugar melhor para se viver.
- ✓ Desenvolver capacidade de liderança; os funcionários que fazem trabalhos voluntários são mais motivados, mais produtivos e mais leais a empresa.
- ✓ Criar a mentalidade no corpo gerencial de que a existência de um programa para voluntários é um elemento importante para a imagem da empresa junto a comunidade e para a realização pessoal.
- ✓

PROGRAMA-ÁREA DE INFRA-ESTRUTURA

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Desenvolver no meio Comunitário, ações e programas que ofereçam melhor qualidade de vida.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Fazer uma diferença real na Comunidade Vila Aparecida, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando um lugar melhor para se viver.
- ✓ Fazer um trabalho de conscientização através de palestras sobre o uso correto da energia elétrica, oferecendo vantagens através do programa de baixa renda, enquadrando-os na tarifa social, bem como, o parcelamento de débitos dentro das condições de cada cliente.
- ✓ Melhorar o fornecimento de energia elétrica, eliminando rabichos, ligações clandestinas.
- ✓ Orientar a comunidade para a coleta seletiva do lixo e seu correto armazenamento.
- ✓

PROJETO ÁREA DE EDUCAÇÃO

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Levar aos moradores da Vila Aparecida o trabalho voluntário dos empregados da Agência Regional de Florianópolis/CELESC na área de Educação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Buscar o aprimoramento educacional e profissional dos moradores da comunidade Vila Aparecida, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida no campo pessoal, profissional e social.
- ✓ Desenvolver o espírito de cidadania e a integração do corpo funcional da Celesc em busca de satisfação e crescimento pessoal.

PROGRAMA ÁREA DE CONVIVÊNCIA FAMILIAR E COMUNITÁRIA

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Promover, valorizar e desenvolver no meio comunitário, ações e programas que ofereçam oportunidades no relacionamento humano.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Fazer uma diferença real na comunidade Vila Aparecida, resolvendo problemas, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas e tornando um lugar melhor para se viver.
- ✓ Criar mentalidade de grupo na comunidade Vila Aparecida, melhorando assim os relacionamentos e a qualidade de vida.

PROGRAMA ÁREA DA SAÚDE

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Orientar a comunidade na busca de qualidade de vida através de ações educativas-preventivas, estimulando a criação de novos hábitos e sensibilizando para a responsabilidade individual e coletiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Identificar e priorizar ações que respondam às necessidades relativas problemas de saúde;
- ✓ Esclarecer e promover aprendizado nos hábitos de higiene (individual, de moradia e do meio ambiente);
- ✓ Promover esclarecimentos necessários para que sejam eliminados medos advindos da falta de informação sobre meios de transmissão;
- ✓ Orientar e criar hábitos alimentares saudáveis;
- ✓ Fornecer informações sobre aproveitamento integral dos alimentos.

PROGRAMA ÁREA DE ESPORTE E LAZER

OBJETIVO GERAL:

- ✓ Promover, valorizar, desenvolver a integração na comunidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

MÚSICA

- ✓ Formar grupos dentro da comunidade que se interessem pela música, visando um bom aprendizado e disposição para trabalhar em conjunto—voluntários/membros da comunidade.

ESPORTE

- ✓ Promover atividades esportivas em parceria com a ABECELESC/ARFLO.

Pesquisa sobre o Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA"

Comunidade Vila Aparecida

IDENTIFICAÇÃO

Nome do entrevistado:.....

Função no Centro Comunitário:

1) O Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA", promovido pelos funcionários da CELESC, melhorou de alguma forma as condições de vida da Comunidade?

SIM NÃO PARCIALMENTE

Por quê?

.....
.....
.....

2) O Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA" melhorou a imagem da Empresa perante a Comunidade?

SIM NÃO TALVEZ

Por quê?

.....
.....
.....

3) As ações promovidas pelo Programa tiveram algum tipo de impacto na Comunidade?

SIM NÃO

Qual ?

.....
.....
.....

4) O Programa desenvolveu suas ações de acordo com as reais necessidades da Comunidade Vila Aparecida?

SIM NÃO PARCIALMENTE

Por quê?

.....
.....
.....

5) Você concorda com a forma como o Programa "ARFLO VOLUNTÁRIA" vem sendo executado?

SIM NÃO PARCIALMENTE

Por quê?

.....
.....
.....

6) Quais são os serviços existentes na Comunidade?

.....
.....
.....

7) Enumere as 5 maiores carências existentes na Comunidade.

.....
.....
.....

8) A Comunidade conta com apoio de mais alguma entidade além da CELESC?

SIM NÃO

Qual?

.....
.....
.....

Local:

Data:

Responsável pela coleta das informações: Daniela Martins Lemos