

A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: Uma análise sobre a Eletronorte no estado do Maranhão

RESUMO: O presente artigo busca fazer uma análise sobre a responsabilidade social empresarial no âmbito da Eletronorte no estado do Maranhão. Assim, esse trabalho busca contribuir para o debate acerca do impacto da reestruturação produtiva na diminuição das funções do Estado e consequente expansão do terceiro setor, configurando a responsabilidade social empresarial como estratégia do marketing social moderno e instrumento para o aumento dos lucros nas organizações.

Palavras chave: Trabalho, responsabilidade social, marketing social

ABSTRACT: This article seeks to make an analysis about corporate social responsibility in Eletronorte's environment in the state of Maranhão. Thus, this work seeks to contribute to the debate about the impact of productive restructuring on the reduction of state functions and consequent expansion of the third sector, configuring corporate social responsibility as a modern social marketing strategy and instrument for increasing profits in organizations.

Keywords: Work, Social Responsibility, Social Marketing.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo faz uma análise sobre a responsabilidade social empresarial no âmbito da empresa Eletrobras Eletronorte no estado do Maranhão.

A partir de 1990, sob uma intensa influência neoliberal e do capital, o Brasil inicia um processo de redefinição socioeconômica do Estado delegando o papel de regulador da economia para o mercado em um processo marcado, principalmente, pela estabilidade monetária, redução de gastos públicos, reforma tributária, liberalização financeira e comercial, investimento direto estrangeiro e privatizações.

Perante essa diminuição do papel do Estado, o mercado passa a propor parcerias entre o público, o privado e a sociedade civil como melhor forma de atender os mínimos sociais através do discurso de que sozinho não conseguiria suprir as necessidades básicas da população.

Além disso, o neoliberalismo propõe novos modelos de gestão do trabalho que se torna flexível e destituído de relações contratuais. Tais mudanças no âmbito do trabalho, no contexto da reestruturação produtiva, evidenciam a perda de autonomia e segurança uma vez que o mercado passa a exigir um novo perfil do proletariado, caracterizado como um trabalhador polivalente e comprometido com a organização. Essa fase do capitalismo implicou em um aumento maciço do exército industrial de reserva. As empresas passaram a demitir seus trabalhadores visando o corte de gastos e a substituição por máquinas, o que, no Brasil, demonstrou um processo de retrocesso em relação às conquistas da década de 1980. (ABRAMIDES e CABRAL, 2003).

O agravamento da questão social gerado por esse processo faz com que os operários aceitem laborar em condições precarizadas de trabalho a fim de garantir sua sobrevivência e de seus familiares, expressando a “insegurança no trabalho” como assinala Iamamoto (2013). De fato, esse excludente processo de globalização faz com que as empresas se preocupem não com as taxas de desemprego, mas com a manutenção das taxas de lucro, o que se evidencia nas medidas de flexibilização das relações de trabalho impostas em 1998, no Brasil, dentre as quais se destaca o contrato de trabalho temporário.

É nesse contexto que a sociedade civil deixa de ser apenas parceira das ações do Estado para se tornar responsável principal pela operacionalização de medidas de enfrentamento às expressões da questão social, desenvolvendo políticas sociais que deixam de ser direito para tornarem-se ações filantrópicas, pontuais e desvinculadas do exercício da cidadania, permitindo a expansão do chamado terceiro setor, evidenciando, assim, a tendência assumida pelo Estado de reduzir o seu papel em razão da sua adesão ao ideário neoliberal.

Para a realização dessas ações, as empresas angariam não apenas recursos financeiros e materiais, mas também recrutam seus funcionários para atuarem enquanto voluntários, possibilitando o atendimento de um número maior de “necessitados” e a diminuição das mazelas sociais. Esse processo possibilita que as organizações forjem uma imagem positiva diante da sociedade com base num discurso de “empresas cidadãs” ou empresas socialmente responsáveis. Evidenciamos que essa estratégia tem se consolidado no Brasil, e evidencia a necessidade do mercado globalizado de agregar valores aos seus produtos como forma de conquistar e fidelizar clientes, aumentando, conseqüentemente, seus lucros.

2. A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL COMO UMA DAS ESTRATÉGIAS DO PROCESSO DE REESTRUTURAÇÃO CAPITALISTA NO BRASIL

Inicialmente cabe dizer que o termo responsabilidade social é entendido por Rico (2004) com base em estudos do Instituto Ethos (2004), como sendo:

A forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2004).

Lima (2009) descreve que no Brasil as empresas sempre desenvolveram ações voltadas para o atendimento das demandas sociais. Reconhece, no entanto, que eram ações escassas, porém a partir de 1990, em especial, se percebe um aumento dessa forma de atuação das empresas. Coincidentemente, o momento em que as fundações empresariais assumem tais demandas é também o contexto de retirada do Estado da área social.

A justificativa que é difundida para legitimar esse processo é a de que o Estado sozinho não é capaz de lidar com as “mazelas sociais”, pregando que todos são e devem ser responsáveis e solidários, sem esquecermos é claro, que estávamos sob a égide neoliberal.

Cunha (2007) lembra que as ações sociais destinadas aos pobres existiam na Europa desde o século XVIII, sendo realizadas através das associações de homens nobres tais como a Maçonaria e o Rotary Club e objetivavam atender as necessidades dos pobres, ao mesmo tempo em que controlavam seu comportamento.

Esse modelo de atenção aos pobres passa a ser amplamente propagado, influenciando jovens e damas da alta sociedade pelo mundo afora, convocando-as para dedicarem seu tempo livre à resolução das necessidades das populações menos abastadas. Os

estudos existentes acerca do assunto mostram que esse tipo de ação se expande principalmente no contexto norte-americano, palco principal das transformações do mundo capitalista, e também espaço de disseminação das ideias puritanas originárias da Inglaterra.

Nesse sentido, pode-se dizer que a filantropia está intimamente relacionada com o capitalismo, uma vez que a burguesia a usa como forma de “conter moralmente” a pauperização decorrente da desigual apropriação da riqueza socialmente gerada.

De acordo com Barbosa (2003), as primeiras ideias sobre Responsabilidade Social Empresarial ou RSE, surgiram na virada do século XIX, no entanto, é somente entre as décadas de 1950 e 1960 que o conceito se populariza, expressando um cunho religioso voltado à dominação ideológica. Nesse período, as empresas visavam demonstrar ao público consumidor e aos seus funcionários, que existia um comprometimento no enfrentamento das mazelas provenientes do sistema capitalista, embora tais problemas, na concepção da burguesia, não estivessem relacionados às atividades desenvolvidas no interior da fábrica. Antes desse período, como já apontamos, as ações eram permeadas por um dever moral e ético.

Prosseguindo nessa discussão, Barbosa (2003) explica que após a segunda grande guerra, esse conceito assumiu uma nova feição. Na tentativa de melhor explicar essa mudança, se apoia em Drucker (1997) para dizer que:

Este novo conceito de responsabilidade social já não questiona quais são as limitações da empresa, nem o que ela deve fazer por aqueles sob sua autoridade imediata. Exige simplesmente que assuma responsabilidade pelos problemas sociais, por questões sociais e que se torne a guardiã da consciência da sociedade e o agente decisório de seus problemas (Drucker 1997, p.357), apud (Barbosa, 2003, p.126)

Na percepção de Rico (2004), esse processo se mostra possível, porque as empresas aproveitam a crise de confiança que estava instaurada no âmbito mundial para reverter a situação a seu favor através da promoção de:

[...] um discurso politicamente correto, pautado na ética, implementando ações sociais que podem significar ganhos em condições de qualidade de vida e trabalho para a classe trabalhadora ou, simplesmente, podem se tornar um mero discurso de marketing empresarial desvinculado de uma prática socialmente responsável. (Rico, 2004, p.74)

Nesse sentido, as empresas além de recuperarem a imagem positiva diante dos consumidores, também conseguem obter um aumento nos seus lucros, sendo, hoje, um diferencial de competitividade. Esse fato pode ser expresso também na escolha dos jovens por uma empresa socialmente responsável no momento de decidirem onde irão trabalhar.

No Brasil não existe um histórico de responsabilidade social empresarial; as medidas que existiam no país, nesse sentido, eram pontuais e funcionavam como um meio de os ricos ascenderem aos valores aristocráticos. Assim, a responsabilidade social era praticada sob a forma de assistencialismo temporário (Coelho, 2010).

A assistência social privada, agraciada como benesses estatais, era a forma transfigurada com que o poder público insinuava assistir à miséria [...] sustentada pela Irmandade de Misericórdia, forma combinada do público e privado, do religioso e leigo [...] (Sposati, 1988, p. 85) apud (Coelho, 2010, p.26)

Ainda de acordo com Coelho (2010), foi somente com a instalação do regime militar no país que esse conceito se amplia, abandonando, em partes, a noção de filantropia. Isso é possível uma vez que desde o final da década de 1960, o empresariado já demonstrava estar preocupado com os problemas socioambientais que retardavam o desenvolvimento do país.

Entende-se, portanto, que embora o empresariado local reconhecesse que as expressões da questão social¹ eram um empecilho para o desenvolvimento, as medidas adotadas para reverter esse quadro foram escassas, permitindo somente uma evolução do conceito de responsabilidade social tal como concebido atualmente.

Cabe pontuar que a intenção do empresariado se volta sempre para a busca de expansão do seu “nicho de mercado”, adentrando os diferentes setores da sociedade como meio de atender seus interesses e o aumento dos lucros. Nesse contexto mais contemporâneo, de crise, de expansão dos ideais neoliberais e de maior valorização do mercado, vemos que as empresas ganham mais espaço, sobretudo porque se ampliam na sociedade as críticas em relação à coisa pública, enaltecendo as virtudes do privado, do empresarial, em detrimento do estatal. Além disso, estas críticas também apontam a incapacidade de o Estado reverter a crise econômica.

É nesse contexto de críticas e questionamentos acerca do papel do Estado que se efetivam as medidas de reforma do Estado brasileiro, e no bojo desta, criam-se as condições perfeitas para se firmar parcerias entre o público e o privado.

A difusão dessa perspectiva que favorece a criação de entidades públicas não estatais, ajuda na propagação dos ideais relacionados à responsabilidade social empresarial,

¹ Segundo Iamamoto (1998, p.27) “A Questão Social é apreendida como um conjunto das expressões das desigualdades da sociedade capitalista madura, que tem uma raiz comum: a produção social é cada vez mais coletiva, o trabalho torna-se mais amplamente social, enquanto a apropriação dos seus frutos mantém-se privada, monopolizada por uma parte da sociedade”.

adequando essa lógica às necessidades do processo de reestruturação do capital, dando, ao mesmo tempo, uma “roupagem ética” às ações desenvolvidas pelas empresas.

Em um mercado globalizado, assumir uma postura responsável vai além de criar uma imagem positiva para a empresa. Em um contexto de globalização essa forma de gestão significa criar altos padrões de qualidade e a ilusão de compromisso ético com as populações afetadas com sua inserção, o que ocorre principalmente com as empresas multinacionais.

Embora o discurso assumido pelas empresas seja pautado na defesa do meio ambiente e na busca pela equidade social, o que se percebe é que as ações de responsabilidade social são realizadas a fim de potencializar os lucros através da criação de um novo mercado pautado nas consultorias e assessorias sobre a gestão social, bem como na instituição de novas parcerias no âmbito do mercado.

Assim, a responsabilidade social pode ser vista como um dos elementos que contribui para a ampliação do lucro nas grandes empresas, pois através do marketing social, elemento da gestão empresarial moderna, e através de campanhas midiáticas, reforçam a noção de empresa socialmente responsável, pois imprime uma imagem de empresa séria, responsável e “amiga” dos fornecedores de matéria prima, dos seus funcionários e até mesmo dos consumidores.

Observamos que, inclusive no Brasil, essa visão é legitimada até mesmo pela Constituição Federal de 1988, que no seu artigo 170 trata da questão, esclarecendo que as empresas possuem responsabilidades com a sociedade e o meio ambiente e assegura na forma da lei a contribuição empresarial para a superação das desigualdades sociais.

Ao mesmo tempo podemos verificar o quanto essa estratégia está articulada ao contexto capitalista internacional. O trecho citado abaixo deixa bem evidente essa articulação e a defesa que é feita dela.

O movimento da responsabilidade social não expressa modismo, mas uma realidade do contexto empresarial mundial, que acarreta alterações gradativas na cultura organizacional determinando mudanças de comportamentos e de valores nas empresas. Essas modificações se iniciam através das decisões de seus proprietários e gestores e que balizam todo o relacionamento da empresa com a sociedade (Lima, 2009, p.127).

É um movimento forte e articulado, inclusive, às exigências de padrões de qualidade, isto é, as estratégias de gestão de produtos das empresas estão intimamente relacionadas à noção de responsabilidade social.

Conforme Simões (2011), pode-se apreender que as empresas não realizam ações sociais por um comprometimento com a superação das expressões da questão social, mas sim por um receio de perder seu público e, conseqüentemente, seus lucros, devido a criação de uma imagem negativa. Portanto, nada mais é que um meio de o empresariado construir uma boa imagem, ocultando seu interesse verdadeiro pela obtenção de lucros, arquitetando uma nova face, querendo parecer que o capital agora “torna-se” menos agressivo e mais voltado para o social.

Assim, percebe-se que as empresas necessitam aparentar que o comprometimento com ações de enfrentamento às expressões da questão social são pautas importantes em suas agendas. Desse modo, ao buscar assumir o papel historicamente desenvolvido pelo Estado, as empresas induzem sua autopromoção e, para isso, impõem um novo papel para seus funcionários, o de voluntário (Simões, 2011).

Isso significa que as empresas articulam ações que permitem a apropriação do tempo livre do trabalhador através da criação de um novo modelo de operário, engajado nas causas sociais, que elas dizem ser de sua responsabilidade.

De acordo com Cunha (2007):

Sob essa lógica, o capital utiliza a política de responsabilidade social enquanto estratégia de formação de uma nova relação com o trabalhador que prima por acelerar a “passivização” de classe no complexo da reestruturação produtiva. Um novo relacionamento aprofundado com a capitulação da participação do funcionário no trabalho voluntário, uma nova modalidade apreendida no ângulo empresarial com um viés que influencia a subjetividade operaria a se dispor a ser “parceiro” do capital. (Cunha, 2007, p.53)

Dessa forma, a burguesia reforça o controle ideológico que possui sobre o proletariado. Ao se apropriar do tempo ocioso deste, a classe detentora dos meios de trabalho contribui para a constante reprodução da lógica capitalista. Cunha (2007) explica que nesse processo, as classes dominantes se apropriam do tempo que o trabalhador dispõe para gozar de sua subjetividade, uma vez que ao utilizar o tempo fora do âmbito de trabalho para dar resposta às mazelas originárias do sistema capitalista, este se reduz a um simples reproduzidor da sua força de trabalho.

Nesses moldes, a riqueza sob as condições capitalistas de produção está fundada no roubo de tempo de trabalho alheio, no trabalho não pago; portanto, na exploração da força de trabalho, gerando a base miserável do empobrecimento do trabalhador, caracterizada pelo máximo usufruto do tempo de trabalho e um pagamento de salários inferior ao tempo consumido na produção. (Cunha, 2007, p. 60)

Uma vez que o trabalho voluntário é uma atividade não remunerada, ao cooptar o trabalhador para realizá-lo, as empresas reduzem seus custos na execução da ação. De acordo com Vieira, Machado e Oliveira (2006), esse processo reproduz a alienação dos funcionários ao mesmo tempo em que reproduz a alienação dos sujeitos alvo das ações sociais.

Ao se analisar o trabalho voluntário no contexto da responsabilidade social empresarial, percebe-se que esse é realizado como uma forma de agradar ao empregador, reforçando a imagem de trabalhador passivo e comprometido com os valores da empresa amplamente difundida em um contexto de reestruturação produtiva. Esse processo é analisado pelo que Vieira et al (2006) denominam de “sequestro emocional” que é:

[...] a retenção do empregado, que é emocionalmente coagido a se engajar em uma ação social corporativa, que normalmente ocorre fora do seu local e horário de trabalho, cujo resgate é a execução de um trabalho voluntário, logo não remunerado, utilizado para melhorar a imagem da organização. Nessa situação, o empregado é privado da liberdade e de autonomia sobre o seu tempo livre e não tem noção clara do que está fazendo, pois, a ação social fora dos limites geográficos da organização tem por objetivo eliminar desigualdades sociais, enquanto um silêncio absoluto reina sobre as desigualdades intramuros. (Viera et al, 2006, p.10)

De acordo com Barbosa (2003), as empresas assumem esse compromisso de responsabilidade social, porém para o realizarem buscam envolver os seus funcionários na condição de voluntários assim podem “potencializar suas possibilidades de participação, no contexto social, ao mesmo tempo em que aumentam, ainda mais, a sua visibilidade de forma a multiplicar efeitos positivos em seus negócios ” (Barbosa, 2003, p.148).

Nesse sentido, é importante entender que a noção de Responsabilidade Social Empresarial se justifica quando o Estado, a partir da incorporação do ideário neoliberal, retrai a sua intervenção no campo social. Esse processo também vai significar a retração da noção de direito do cidadão enquanto um direito de cidadania e de responsabilidade pública e passa a ser confundido com benesse ou dádiva.

Podemos dizer que isso contribui para a instalação de um Estado de Bem-estar às avessas, onde a questão social e suas expressões são enfrentadas através de uma espécie de solidariedade forjada, reforçando a lógica do colaboracionismo entre as classes. Esse fato pode começar a ser percebido, no Brasil, a partir da criação do Programa Comunidade Solidária², que era coordenado pela então Primeira-Dama Ruth Cardoso e desenvolvido através de

² Esse programa visava promover ações emergenciais de combate à fome e a miséria no país; para isso eram firmadas parcerias público e privado. Dentre as ações propostas por esse programa, destaca-se o Projeto Alfabetização solidária.

parcerias entre governo e empresariado, incentivando, assim, o uso do tempo livre para a realização de práticas voluntárias.

Tessarolo & Krohling, 2011, p.82, apontam que:

O modelo de intervenção social promovido pela Comunidade Solidária caracterizou-se por uma ação residual e emergente centrada na transferência de renda para a população pobre e no “solidarismo” da sociedade civil (ou melhor, do Terceiro Setor).

Do mesmo modo, autores como Yazbek (1996), Montañó (2003) e Silva (et. al., 2001) entendem que o Programa se pautou pela agenda neoliberal, resultando na estratégia de focalização, na refilantropização da assistência social, na diminuição do papel do Estado no combate à pobreza e no estímulo à ampliação do Terceiro Setor.

Cabe enfatizar que a partir do governo de Luís Inácio Lula da Silva, apesar de ainda ter conotações neoliberais, vamos verificar um redirecionamento do gasto público para políticas sociais, sobretudo aquelas voltadas para a “redução da pobreza mais aguda”, através da transferência direta de renda por meio do Programa Bolsa Família, o qual unificou os recursos de vários outros programas sociais.

Apesar dessa “maior presença” do poder público na oferta de programas sociais, vamos ainda encontrar as ações sociais realizadas em parcerias com empresas; um bom exemplo destas práticas, são os Programas “jovem aprendiz”³ e “pró equidade de gênero e raça”.

Tais questões evidenciam a necessidade de se analisar como a responsabilidade social empresarial se efetiva na Eletrobras Eletronorte, empresa situada no estado do Maranhão, foco deste estudo.

2.1. A Responsabilidade Social Empresarial na Eletrobras Eletronorte

A Eletrobras é uma empresa pública de economia mista fundada em 1962, que atua na geração, transmissão e distribuição de energia elétrica em todo o território brasileiro através de suas subsidiárias, dentre elas a Eletrobras Eletronorte.

³O programa jovem aprendiz, de acordo com o sitio virtual da empresa, visa atender a necessidade de profissionalização de jovens entre 14 e 24 anos. Anualmente a empresa acolhe uma turma de alunos encaminhados pelo SESI-SENAI, sob pena de multa.

Cabe informar que a Divisão Administrativa da Eletrobras Eletronorte - Regional do Maranhão, se localiza no bairro Coheb do Sacavém, área rodeada por comunidades pobres, do polo Coroadinho, situadas na periferia da capital maranhense e com serviços precários de infraestrutura.

Ressalta-se, ainda, que a criação do bairro no qual a empresa se localiza é fruto do remanejamento de populações que habitavam as faixas de servidão da Eletrobras Eletronorte, faixas essas consideradas regiões de alta periculosidade devido a existência de linhas de transmissão de alta voltagem. O remanejamento, além de buscar garantir a segurança da população, visava também evitar a perda de lucros decorrentes de paradas na transmissão de energia. Isso porque a existência de comunidades nessas áreas pode ocasionar danos às linhas, uma vez que crianças e adolescentes não identificam os perigos que essas proporcionam e as usam como “brinquedos”, subindo nas torres ou soltando pipa em suas imediações, o que pode acarretar choques elétricos e paradas na transmissão de energia⁴

Para essa empresa, a noção de responsabilidade social é, além de uma contribuição para o desenvolvimento sustentável do país, uma estratégia de marketing, pois uma empresa responsável socialmente torna-se mais competitiva e rentável.

Esse posicionamento é assegurado na página virtual da Eletrobras Eletronorte onde está declarado que:

A responsabilidade social na Eletrobras é considerada estratégica para o negócio da empresa; ou seja, levar energia e desenvolvimento sustentável para o país. Tal compromisso está presente na sua missão, visão e no conjunto de valores organizacionais e na transversalidade dos seus programas de energia elétrica.

Como forma de direcionar os seus esforços e ações de responsabilidade social, a Eletrobrás desenvolveu as diretrizes que norteiam todos os seus projetos e programas sociais. Além disso, essas diretrizes estabelecem uma oportunidade de diálogo com as partes interessadas ou stakeholders.

[...] Um reconhecimento pelas boas práticas de responsabilidade social, além da sustentabilidade econômico-financeira e ambiental, é a inclusão da Eletrobrás na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bolsa de Valores de São Paulo (ISE/Bovespa), que reúne as empresas com ações na Bovespa com as melhores práticas em cidadania empresarial. (Eletronorte, 2016)

Tendo presente esse posicionamento acerca da responsabilidade social empresarial é que vamos identificar que a subsidiária maranhense - Eletrobras Eletronorte:

⁴ A Aneel estabelece multa, de valor variável, por falhas no fornecimento de energia e consequentes prejuízos aos usuários. Em 2014, a Eletronorte recebeu multa de cerca de 5 milhões de reais devido à falha que resultou no desligamento da Subestação de Imperatriz.

[...] desenvolve atividades de responsabilidade social junto às comunidades, como a doação de alimentos, material e uniforme escolar, reforma de escolas, implantação de escolinhas de futebol e de caratê, alfabetização de adultos, palestras educativas sobre saúde e risco de uso de drogas, coleta de lixo, campanhas de segurança no trabalho e no trânsito. Dessa forma, a Eletrobras Eletronorte contribui para o resgate e a valorização das pessoas, qualificando-as para o mercado de trabalho, além de proporcionar melhoria na geração de renda. (Eletronorte, 2016)

Cabe ressaltar que o primeiro programa de responsabilidade social desenvolvido na regional do Maranhão, data de 1997, e estava voltado para a promoção da qualidade de vida dos funcionários. Esse programa era dividido em quatro eixos:

- a) Saúde Física: efetivado através do desenvolvimento de iniciativas de reeducação alimentar, de saúde bucal e de ginástica laboral;
- b) Saúde Espiritual: realizado através do programa “Boa Semente”, era desenvolvido através de reuniões onde são despertados os sentimentos dos funcionários da empresa, particularmente a solidariedade, para que deste modo estes colaborassem com as ações sociais junto às comunidades próximas à área em que a Eletrobras Eletronorte se encontra;
- c) Saúde Social: eram feitas reflexões com os participantes sobre as responsabilidades em relação à família, trabalho e sociedade
- d) Saúde Emocional: eram incentivadas mudanças no estilo de vida dos funcionários com vistas à redução dos níveis de estresse e como meio também de melhorar a satisfação no trabalho.

Portanto, o que se percebe, é que as ações de responsabilidade social desenvolvidas na empresa Eletrobras Eletronorte desde sua gênese sempre buscaram mudar o estilo de vida de seus empregados e ao mesmo tempo, difundir uma “boa imagem” junto à comunidade. Desse modo, tais ações sempre estiveram relacionadas às mudanças na qualidade de vida do ponto de vista físico e emocional do seu corpo de funcionários, e também no intuito de melhorar sua imagem junto à comunidade que se encontra no seu entorno.

Urge dizer que essas primeiras ações de responsabilidade social eram de encargo exclusivo do setor de Serviço Social dessa empresa, porém, com o passar dos anos, estas ações foram repassadas para a execução de outros setores, sendo criado, inclusive, um Comitê de Responsabilidade Social, em 2003, com o objetivo de coordenar, elaborar e continuar a desenvolver projetos na área social, de acordo com as diretrizes do Governo Federal.

As ações de Responsabilidade Social desenvolvidas pela Eletrobras Eletronorte possuem cinco eixos fundamentais conforme o Balanço Social da mesma, divulgado em

dezembro de 2015. Os primeiros são denominados estruturantes e dizem respeito à geração de trabalho e renda, educação, cultura e esporte, direitos humanos e cidadania. Os outros, denominados de transversais, incluem as ações de gênero e diversidade e meio ambiente

O fato de estar em uma área marcada pela pobreza permite à empresa atuar na “superação” desta, através da responsabilidade social. Dentre as ações desenvolvidas na comunidade que a cerca, podem-se destacar as de incentivo à educação, que compõem o eixo estruturante das ações sociais.

Consta, no Relatório Final do Diagnóstico Socioeconômico Preliminar do Polo Coroadinho, realizado pelo Grupo de Estudos Desenvolvimento, Modernidade e Meio Ambiente (GEDMMA) da Universidade Federal do Maranhão em 2014, a fala de um morador:

[...] recebemos emprestado da Eletronorte alguns computadores usados, para cursos de inclusão digital. Os funcionários da empresa sempre fazem campanhas para coletar alimentos para a merenda das crianças da escola comunitária e, além disso, uma vez por mês os voluntários trazem o sopão para distribuir na comunidade. (GEDMMA, 2014)

Ainda sob esse enfoque, os entrevistados destacam a importância do desenvolvimento na empresa do Programa Adolescente Aprendiz e Segundo Tempo, realizados em parceria com as lideranças comunitárias, o SESI e o Governo Federal, que consistem em ações de reforço escolar e práticas esportivas que são realizadas na Subestação de São Luís I, onde fica a divisão administrativa da empresa cercada pela comunidade mencionada.

Dentre as obras desenvolvidas com a comunidade do Polo Coroadinho, podemos analisar, ainda, as ações realizadas em homenagem ao dia das crianças com os alunos da Escolinha Criança Feliz, que incluem doações de brinquedos, realização de atividades educativas sobre os perigos da eletricidade e brincadeiras realizadas na própria subestação ou na Associação de Empregados da Eletronorte – ASSEL. Os brinquedos doados são provenientes da contribuição dos funcionários da empresa.

A ação do dia das crianças requer o envolvimento dos funcionários enquanto voluntários, estimulado através do Programa de Voluntariado Empresarial, que arrecadam roupas, brinquedos e alimentos a serem direcionados a instituições carentes, além de ofertarem seu tempo livre para acompanhar as ações realizadas fora do âmbito da empresa.

Tal apropriação do tempo livre do trabalhador, conforme anteriormente mencionado, reforça a necessidade do capital de controlar o tempo do trabalhador para além dos muros da fábrica.

É importante ressaltar que, conforme o referido relatório, a população alvo dessas ações reconhece que embora a atuação da empresa em prol da comunidade seja amplamente divulgada pelos moradores, o contrário não acontece. Segundo a fala de uma das entrevistadas, ao divulgar esse tipo de ação, a empresa demonstra agir por si própria e não em parceria com a comunidade; “a empresa parece ter vergonha da gente, ela nunca leva o nome da Associação, nunca diz que nós somos parceiros, parece que age sozinha” (GEDMMA, 2014)

Essa situação exemplifica o viés sobre o qual é realizada a responsabilidade social empresarial. Embora os sujeitos coletivos que compõem a área que cerceiam a empresa, sejam os alvos das ações, eles não participam do processo de construção destas, possibilitando, portanto, que tais intervenções sejam direcionadas às populações carentes através de um enfoque assistencialista.

Em parceria com o SESI/FIEMA são realizados cursos de educação alimentar, por meio do projeto Cozinha Brasil, envolvendo funcionários e dependentes destes. Ainda que esse projeto, no início, fosse direcionado também à comunidade, hoje é realizado apenas com funcionários com foco naqueles que possuem doenças crônicas, tais como hipertensão e diabetes.

Segundo a FIEMA, o Cozinha Brasil:

[...] é um programa de Educação Alimentar que ensina o preparo de alimentos de forma inteligente e sem desperdícios combinando três ingredientes para uma boa refeição: qualidade, economia e sabor. Os cursos são realizados por nutricionistas dentro de uma Unidade Móvel equipada com cozinha completa e as receitas são elaboradas utilizando todas as partes do alimento, como talos, cascas, folhas e sementes, que possuem alto valor nutritivo.

O Cozinha Brasil é um projeto originalmente integrado ao Programa Fome Zero, do Governo Federal. Esse plano visava orientar a população a se alimentar de forma barata e nutritiva evitando desperdícios.

Ainda destacando a parceria com o SESI, importa ressaltar o programa jovem aprendiz que, de acordo com o sitio virtual da empresa, visa atender a necessidade de profissionalização de jovens entre 14 e 24 anos dando oportunidade para que esses se insiram no mercado de trabalho.

Entre as atuais ações de Responsabilidade Social em outros municípios, destaca-se o Projeto Linha Verde, que consiste na qualificação, conscientização e geração de trabalho e renda em seis comunidades dos municípios de Peritoró, Matões do Norte e Miranda do Norte,

por meio do manejo e produção sustentável de hortaliças utilizando metodologia de mandalas produtivas direcionadas para consumo próprio e consumo escolar, sendo o excedente negociado nas feiras.

Tal projeto é realizado com apoio dos governos estadual e municipais e visa transformar a agricultura de subsistência em uma produção rentável e sustentável. O projeto faz parte de um protocolo assinado pela Eletrobras Eletronorte, em 2011, entre o então diretor da empresa, Josias Matos, e as prefeituras desses municípios, e está inserido no Planejamento Estratégico 2010-2020 da Empresa.

Segundo a edição nº 242 da Revista Corrente Continua pela Eletrobras Eletronorte, o projeto surgiu após a identificação do potencial produtivo das comunidades que cercam os empreendimentos da empresa e ansiava promover a inclusão através da geração de trabalho e renda. O projeto, que abrangeu inicialmente cerca de 25 famílias de seis comunidades pertencentes a três municípios, hoje envolve seis municípios e mais de 150 beneficiários.

De acordo com a publicação da Eletrobras Eletronorte, esse projeto permite que o agricultor seja o protagonista da mudança, dando condições a esses de superar a situação de extrema pobreza sem dependência assistencialista. A coordenadora do projeto destaca ainda, dentre os benefícios do projeto, a emancipação das mulheres.

Esse projeto demonstra a possibilidade de constituição de uma iniciativa ampla, que envolva os grupos sociais atingidos e que reforcem os grupos comunitários na busca pela emancipação. No entanto, reafirma a ideia de ineficiência do Estado que necessita do investimento privado para a realização de projetos que busquem a superação das desigualdades sociais vivenciadas.

Compondo ainda as ações de responsabilidade social desenvolvidas pela Eletrobras Eletronorte, temos o Procel Educação, que se caracteriza como um dos mais importantes projetos desenvolvidos pela empresa. Criado em 02 de março de 2005, o Programa Eletronorte de Eficiência Energética visa tornar-se um meio para combater o desperdício de energia elétrica através de ações que promovam a imagem da empresa, consolidando-a como principal geradora e distribuidora de energia elétrica, ressaltando seu compromisso com a redução do impacto ambiental resultante do processo de produção de energia elétrica.

O Procel Educação é realizado em instituições públicas de ensino dos municípios e estados onde a empresa se instalou, através de convênios com a Eletrobras/Procel e o Ministério

da Educação e Cultura, utilizando como metodologia "A Natureza da Paisagem: Energia - recurso da vida", desenvolvida pelo Centro de Informação, Cultura e Meio Ambiente – CIMA. Todos os custos financeiros são arcados pela empresa, cabendo às secretarias de educação a facilitação de eventos com a comunidade escolar.

Como forma de garantir a manutenção do programa, a empresa estabeleceu um sistema de premiação destinado às escolas que conquistarem reduções do consumo de energia expressivas, aos professores que melhor propaguem o projeto e aos alunos que melhor saibam tratar do assunto através de brincadeiras lúdicas e pedagógicas.

Esse programa permite, de acordo com a empresa, a manutenção das escolas e a mudança de hábitos de consumo energético das famílias, trazendo grandes benefícios a estas e aos governos estaduais e municipais.

O dinheiro economizado por meio dessas ações poderá ser aplicado para outros fins beneficentes a toda população. São pequenas lições aprendidas em sala de aula que passam a ser praticadas por pais e filhos no ambiente familiar, e o resultado é uma enorme corrente em prol de um planeta melhor. (Corrente Contínua, nº242)

No entanto, o maior benefício promovido pelo Procel Educação é a propagação da imagem da Eletrobras Eletronorte enquanto empresa sustentável, confirmado na fala da superintendente de Pesquisa e Desenvolvimento Tecnológico e Eficiência Energética, Neusa Maria Lobato:

Mesmo não sendo obrigada, por ser uma empresa geradora e transmissora de energia elétrica, a Eletrobras Eletronorte também trabalha para conscientizar as pessoas do uso racional de energia, por meio desses programas e projetos. Essa é mais uma prova do nosso comprometimento com a sociedade brasileira. (Corrente Contínua, nº242)

Tais projetos, somados ao Programa de Qualidade de Vida, compõem, de acordo com Cunha (2007), os parâmetros da responsabilidade social empresarial. As ações do PQVT visam aperfeiçoar a força de trabalho e diminuir o número de afastamentos decorrentes de problemas físicos ou esgotamento psíquico.

Tais ações exprimem a necessidade capitalista de estender sua ideologia para além dos muros da fábrica como forma de controle e, portanto, de interferir na vida privada do trabalhador. Esse processo pode ser exemplificado através do Processo de Certificação dos Operadores, que consiste em um conjunto de procedimentos que permitam ao entrevistador tomar ciência sobre os hábitos do empregado fora do horário de trabalho e se esses podem afetar a saúde física e mental do trabalhador e, conseqüentemente, sua produtividade.

De acordo com Cunha (2007), as ações que compõem o bojo dos Programas de Qualidade de Vida tratam:

[...] de históricos recursos do capital empregados para reafirmar a autoridade sobre os trabalhadores, acompanhar, patrulhar, e inspecionar a vida privada do funcionário e de sua família, uma tática concebida como fundamental para a conformação de novas relações entre capital e trabalho. (Cunha, 2007, pág. 107)

Portanto, entende-se que o incentivo à prática do trabalho voluntário, associado aos Programas de Qualidade de Vida, para além de expressões da preocupação burguesa com o bem-estar de seus colaboradores e clientes, representa uma forma de controle do operário com vistas à manutenção dos padrões de qualidade.

Esse processo permite a apropriação do tempo livre, cedido espontaneamente pelo trabalhador e direcionado para a realização de ações demandadas pelo empregador, expressando a superexploração do trabalho e a perda da subjetividade do operariado, haja vista que esse abre mão de seu convívio social para atender às necessidades da empresa. Portanto, expressa a necessidade do capital de produzir trabalhadores comprometidos com os ideais da empresa, que assumam a responsabilidade de sua manutenção no mercado e do aumento de seus lucros através do marketing social.

Dessa forma, percebe-se que embora algumas ações permitam a emancipação da população atendida, as atividades de responsabilidade social empresarial, no âmbito da Eletrobras Eletronorte, desenvolvem-se conforme a necessidade do padrão de produção toyotista de conter as lutas trabalhistas através de um total domínio do proletariado.

Tal cenário, em um contexto neoliberal, permite a massificação dos lucros, a conquista de novos clientes e a perda da subjetividade do trabalhador, colaborando, portanto, para a conservação da hegemonia capitalista. Isso implica dizer que o capital busca cada vez mais novas formas de apassivar o operariado e, no contexto contemporâneo, a responsabilidade social empresarial caracteriza-se como esse novo formato.

Portanto, embora criadas sob um viés de progresso e construção do bem-estar da sociedade, as ações de responsabilidade social, nada mais são do que uma armadilha capitalista, montada com vistas à montagem de uma imagem socialmente responsável através do desenvolvimento de ações pontuais que reforçam a subordinação do proletariado à burguesia e justificam a retirada do Estado do campo social.

3. CONCLUSÃO

Como visto ao longo deste ensaio, desde as últimas três décadas do século XX o capital vem passando por intensas transformações que afetam toda a classe que vive do trabalho (Antunes, 2002) e redefinem o papel do Estado na economia e na forma de enfrentamento da questão social.

Como consequência da redefinição do Estado e diminuição da sua atuação no setor social, as empresas privadas e o chamado terceiro setor passam a atuar no enfrentamento da questão social através de uma ótica de filantropia, destituída do caráter social assumido desde a promulgação da Carta Magna de 1988. Essas ações, sob a égide neoliberal, são realizadas através da noção de responsabilidade social empresarial, em expansão no cenário brasileiro, através de uma estratégia de marketing e consequente tática para expansão dos lucros.

Ao envolver o trabalhador em suas ações sociais como voluntários, a empresa não apenas poupa gastos com mão de obra, como também garante a apropriação do tempo livre do trabalhador que não goza de nenhuma remuneração nessas ações. Portanto, entende-se que as ações de responsabilidade social, desenvolvidas por empresas, têm por objetivo não apenas o aumento de seus lucros através da construção de uma imagem de empresa socialmente responsável, como também a garantia da extinção do pensamento crítico de seus operários que, uma vez privados de tempo ocioso, não são capazes de refletir sobre as relações de exploração impostas pelo capital, além de contribuir para a apassivação das comunidades de baixa renda que são “beneficiárias de tais ações” na medida em que estas deslocam a responsabilidade do atendimento de suas reivindicações para as ditas “empresas cidadãs” ao invés de as encaminharem ao setor público estatal como um direito de cidadania, despolitizando esse processo.

Através do estudo, foi possível perceber que as ações desenvolvidas pela Eletrobras-Eletronorte no Maranhão possuem visibilidade e recebem apoio do Estado e da sociedade em geral, mas principalmente daquelas que sofrem com o impacto das instalações de subestações da empresa, e que, por isso mesmo, se tornam alvo prioritário de tais ações.

Assim, entendemos que as ações desenvolvidas pela Eletrobras-Eletronorte, em sua subsidiária maranhense, visam muito mais atender as necessidades da empresa do que as necessidades daqueles que irão ser assistidos por essas, reafirmando as ações de responsabilidade social como atos de marketing social, garantindo a boa imagem da empresa, o discurso do comprometimento com a sustentabilidade e com as pessoas como se tais compromissos fossem os valores da empresa.

REFERENCIAS

- ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho**. 11ª ed. – São Paulo: Cortez, 2000
- BARBOSA, Elizabeth Regina Negri. **A Responsabilidade social das empresas e os projetos sociais: filantropia ou emancipação social?**. São Paulo, 2003.
- COELHO, Izabel Cristina Martins. **Responsabilidade Social Empresarial: o caso de uma indústria alimentícia no estado do Pará**. Dissertação de mestrado, Natal, 2010.
- CORRENTE CONTINUA, ano XXXV, nº 242, nov/dez 2012. Disponível em http://www.eln.gov.br/opencms/export/sites/eletronorte/modulos/correnteContinua/arquivosC/C/Corrente_242_ok.pdf
- CUNHA, Nubia Maria Dias da. **O trabalho voluntario e a responsabilidade social empresarial: a expropriação do tempo livre como uma estratégia de envolvimento cooptado do trabalhador**. Dissertação de mestrado. São Luís, 2007.
- ELETRONORTE, **Responsabilidade Social por Estado**. Disponível em: <http://www.eletronorte.gov.br/opencms/opencms/pilares/responsabilidadeSocial/estados/maranhao/> acesso em 17 de abril de 2016
- ELETRONORTE, **Demonstrações Financeiras e Relatório da Administração em 2015**.
- ELETRONORTE, **Isovida: Programa de Qualidade de Vida. Regional de Produção e Comercialização do Maranhão** –CMA,1997.
- ELETRONORTE. **Programa Eletronorte de Eficiência Energética, 2010** – Revisão 1.
- LIMA, Maria José de Oliveira. **As empresas familiares da cidade de Franca: um estudo sob a visão do serviço social** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 240 p. ISBN 978-85-7983-037-2. Available from SciELO Books .
- RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o estado uma aliança para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo em perspectiva, 18(4): 73-82, 2004
- SANT'ANA JÚNIOR, Horácio Antunes [et al]. **Relatório final do diagnóstico socioeconômico preliminar: O polo Coroadinho: diagnostico preliminar**. GEDMMA/UFMA, São Luís, 2014.
- SIMÕES, Carlos. **O marketing Social e a Responsabilidade Social – O Trabalho Voluntario**. In: Curso de direito do serviço social. 5 ed. São Paulo: Cortez,2011
- TESSAROLO, Enzo Mayer; KROHLING, Aloísio. **A Passagem do Programa Comunidade Solidária para o Programa Bolsa Família: continuidades e rupturas**. CAOS – Revista Eletrônica de Ciências Sociais, nº 16, Mar. 2011, pp. 74 – 92
- VIEIRA, Francisco Giovanni David; MACHADO, Hilka Vier; OLIVEIRA, Rosemeri Schneider. **Sequestro emocional: apropriando trabalho, formando identidade e definindo poder nas organizações**. GESTÃO.Org Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, Recife, v. 4, n. 3, pp. 111-122, nov./dez. 2006