

**ÁREA TEMÁTICA**  
**ESTRATÉGIA SOCIOAMBIENTAL**

**PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DO PAJUÇARA  
SISTEMA DE COMUNICAÇÃO EM MACEIÓ (AL)**

**PRACTICE OF SOCIAL RESPONSIBILITY PAJUÇARA  
SISTEMA DE COMUNICAÇÃO IN MACEIÓ (AL)**

**1º autor**

**Nome completo:** Teresinha Barbosa de Macêdo

**Titulação:** Pós-Graduação Gestão em Responsabilidade Social (PUC/MG)

**E-mail:** [tmacedo2005@hotmail.com](mailto:tmacedo2005@hotmail.com)

**2º autor**

**Nome completo:** Maria José Scassiotti de Souza

**Titulação:** Mestra em Administração (PUC/SP)

**Vínculo:** Professora-Orientadora Coordenadora do Curso de Administração(PUC/MG),

**E-mail:** [zeze@pucpcaldas.br](mailto:zeze@pucpcaldas.br)

## RESUMO

O presente estudo aborda a incorporação da responsabilidade social às práticas de gestão empresarial. E, o que levou um grupo de empresas de comunicação alagoano a incorporar a sua filosofia empresarial o compromisso de ser socialmente responsável. Nesse sentido, o trabalho em questão tem por objetivo o mapeamento das práticas de responsabilidade social do Pajuçara Sistema de Comunicação. Para tanto, foi realizado um estudo de caso de cunho descritivo, no qual foi feita uma análise qualitativa das entrevistas e dos dados coletados na organização, além de uma pesquisa bibliográfica para dar um maior respaldo teórico, a luz do Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social, Tenório (2006), entre outros estudiosos. Assim sendo, a construção deste trabalho fortaleceu o pensamento de que a responsabilidade social das empresas tem evoluído de forma que essas assumem uma função de transformador social no processo de desenvolvimento de seus colaboradores, comunidades e demais partes envolvidas.

**Palavras-chave:** 1. Responsabilidade Social 2. Pajuçara Sistema de Comunicação 3. Indicadores Ethos

## ABSTRACT

This study discusses the incorporation of social responsibility to corporate governance practices. And what led a group of media companies to incorporate their Alagoas business philosophy committed to being socially responsible. In this sense, the work in question aims at mapping the practices of social responsibility Pajuçara Sistema de Comunicação. Therefore was carried out a case study of a descriptive character, which was a qualitative analysis of interviews and data collected in tem organization, and a literature search to provide more theoretical support the light: Tenorio (2006), Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Therefore, the construction of this work has strengthened the idea that corporate social responsibility has evolved so that these take on a role in the process of transforming social development of their employees, communities and other stakeholders

**Keywords:** 1. Social Responsibility 2. Pajuçara Sistema de Comunicação 3. Indicators Ethos

## 1. INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social é um tema em expansão e, nas últimas décadas, vem assumindo um papel de destaque perante a sociedade e transformando o dia a dia das organizações empresariais no mundo inteiro. Da filantropia da sociedade industrial do século XX a responsabilidade social passou a ser um imperativo no mercado contemporâneo, tornando-se um diferencial empreendedor e competitivo das empresas. No Brasil, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social tem disseminado junto ao empresariado que *a questão da responsabilidade social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos*. Nesse sentido, as empresas estão atrelando esses preceitos ao seu plano estratégico como ferramenta e requisito para funcionamento de gestão, contribuindo para a redefinição dos seus compromissos na relação com os seus públicos de interesse, de forma mais abrangente e sustentável.

Partindo dos pressupostos de que a prática da responsabilidade social pelas empresas tem como objetivos e benefícios proteger e fortalecer a imagem da marca e sua reputação, agregando valor e favorecendo o ambiente e a imagem da organização. E, de que a credibilidade passa a ser uma importante vantagem; um diferencial competitivo no mundo globalizado, o objetivo dessa pesquisa foi mapear as práticas de responsabilidade social desenvolvidas pelo Pajuçara Sistema de Comunicação descrevendo e analisando-as à luz dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e, num contexto geral, evidenciar os fatores que levaram a um Grupo de Comunicação a incorporar a sua estratégia as políticas da Responsabilidade Social.

Nessa perspectiva, desenvolver esse artigo sobre as práticas de responsabilidade social do Pajuçara Sistema de Comunicação se justifica pelo fato dessa organização se destacar no Estado, em suas práticas de gestão; prezar por um ambiente organizacional saudável e seguro, e está em sintonia com as suas partes interessadas, visando assegurar as dimensões do desenvolvimento sustentável.

## 2. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

### 2.1. Evolução Histórica

A visão industrial do início do século XX tinha como maior preocupação gerar lucro para as empresas e padronizar cada vez mais o desempenho de seus funcionários; a

responsabilidade social tinha tão somente um caráter filantrópico. A visão clássica da responsabilidade social empresarial assume uma dimensão puramente econômica e é concebida como um mecanismo de geração de lucro, criação de empregos, pagamento de impostos e cumprimento das obrigações legais. Com o passar dos anos essa visão foi enfraquecendo. Pois, os administradores passaram a perceber que suas organizações tinham outras responsabilidades além de gerar lucro. Segundo TENORIO (2006, p.13), isso aconteceu com o esgotamento do modelo industrial e o desenvolvimento da sociedade pós-industrial, o conceito evoluiu, passando a incorporar os anseios dos agentes sociais no plano de negócios das corporações. No entanto, foi a partir de 1950, que surgiram os primeiros estudos teóricos sobre a Responsabilidade Social Empresarial, embasados em pressupostos da sociedade pós-industrial.

Com a evolução tecnológica e a globalização da informação – a partir da década de 80, as empresas passam a viver num ambiente de grandes mudanças e competitividade. Nesse cenário, as pressões do mercado obrigam as organizações a tomarem decisões impactantes, incluindo, mudanças nas suas políticas e práticas administrativas, em especial, no que tange a gestão de recursos humanos e no trato com as comunidades aonde atuam. Nesse contexto, a Responsabilidade Social Empresarial atua como ferramenta e requisito para funcionamento dos mercados, contribuindo para a redefinição do compromisso das empresas com seus públicos de interesse, de forma mais abrangente e sustentável. A partir da década de 90, os estudos sobre responsabilidade social se propagaram, e as empresas passaram a refletir os seus valores éticos e morais redefinindo o seu papel na e para a sociedade.

No Brasil, as primeiras manifestações sobre responsabilidade social empresarial ocorreram na década de 60, quando uma série de iniciativas de um grupo de empresários criou em São Paulo a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), com a finalidade de além de produzir bens e serviços possuir a função social em prol dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade. Nas décadas de 70 e 80 outros movimentos surgiram, a exemplo do FIDES – Fundação e Instituto de Desenvolvimento Social; IBASE – Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômico. Em 1990, surge o GIFE – Grupo Instituto, Fundações e Empresas, com foco no investimento social privado; que fortaleceu, ainda mais, os movimentos empresariais no Brasil. Ainda nessa década, no ano de 1998, foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, considerado um marco na história desses movimentos. Pautado na ética, transparência, cidadania e na qualidade das relações, o Instituto Ethos tem como missão: mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

## **2.2. Responsabilidade Social na perspectiva do Instituto ETHOS**

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social vê a responsabilidade social das empresas como um modelo que vai além da simples filantropia, isto é, a organização

empresarial socialmente responsável deve ir além das obrigações legais. Para o Ethos, uma empresa não pode considerar-se socialmente responsável apenas por cumprir benefícios legais, como distribuição de vale transporte, creche para filhos de funcionários, entre outros. Ou seja<sup>1</sup>:

*Responsabilidade social empresarial é 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 que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais ( ETHOS)<sup>1</sup>*

Dessa forma pode-se perceber, numa visão expandida, de que a responsabilidade social empresarial é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. E de que a sociedade está diante de um novo comportamento social das empresas, mais dinâmico e responsável, voltado para a transformação da realidade e busca da cidadania; preocupando-se com a melhoria de todas as suas partes interessadas.

Com a evolução do movimento da responsabilidade social nas empresas, cada vez mais, busca-se a aprimorar as ferramentas de avaliação e controle das práticas de gestão socialmente responsáveis desenvolvidas pelas organizações. Nesse contexto, o Instituto Ethos que, tem por objetivo difundir o conceito de Responsabilidade Social e promover a implantação dessa prática no Brasil, criou em 2000 - atualmente na terceira versão, os Indicadores Ethos: *uma ferramenta de uso essencialmente interno, que permite a autoavaliação da gestão no que diz respeito à incorporação de práticas de responsabilidade social, além do planejamento de estratégias e do monitoramento do desempenho geral da empresa.* Organizado na forma de um questionário aborda sete temas: Valores, Transparência e Governança; Público Interno; Meio Ambiente; Fornecedores; Consumidores e Clientes; Comunidade e, Governo e Sociedade. Sendo que esses temas estão divididos em um conjunto de Indicadores com a finalidade de contribuir com as empresas na forma de um autodiagnóstico, na análise e aprimoramento de suas práticas de gestão. Os quais são compostos por uma questão de profundidade, questões binárias e questões quantitativas. As questões de profundidade são Indicadores que permitem as organizações avaliarem estágio de suas práticas de gestão; estão estruturados em quatro *quadros contíguos* e caso a empresa não se enquadre em nenhum dos quatros estágios apresentados terá a opção de se justificar marcando uma das seguintes opções: - *Não havíamos tratado antes desse assunto;* - *Não vemos aplicação disso em nossa empresa.*

Vale ressaltar que os Indicadores estão correlacionados com ferramentas e iniciativas importantes, como: *Pacto Global*, Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, Diretrizes para

---

<sup>1</sup> Disponível em : <http://www1.ethos.org.br>

Relatórios de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative (GRI)* e a Norma SA8000<sup>2</sup>.

Por fim, após o preenchimento o Instituto Ethos emite para a empresa respondente, um Relatório Diagnóstico, cuja empresa poderá balizar suas práticas, definir metas e aprimorá-las visando o desenvolvimento sustentável.

### 3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para este trabalho se constituiu em um estudo de caso, tendo em vista o ambiente da empresa e suas práticas de gestão. Foram realizadas entrevistas estruturadas com perguntas direcionadas à temática proposta, com representantes da diretoria da empresa, além do preenchimento dos Indicadores Ethos, para os temas sobre os quais se debruça a pesquisa, a fim de se traçar um perfil do nível de gestão da organização em relação às práticas de governança corporativa e das relações com o seu público interno. Inclusive, possibilitou também uma abordagem qualitativa, tratando as informações de forma descritiva, analisando os dados indutivamente e atribuindo seus significados. Vale ressaltar que, também, se fez necessário uma pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica do tema pesquisado.

Este artigo está organizado em duas partes a primeira abordará a evolução histórica de responsabilidade social e a tratará na perspectiva do Instituto Ethos. A segunda parte compreende a descrição da organização objeto do estudo, apresenta suas práticas de responsabilidade social empresarial, faz uma análise crítica das práticas da empresa correlacionando-as aos Indicadores Ethos. Além disso, apresenta à empresa algumas sugestões de melhorias. E, por fim, conclui-se que a empresa está motivada para melhorias contínuas.

### 4. DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS

A organização objeto de estudo para esse trabalho se constitui na empresa Pajuçara

---

<sup>2</sup> **Norma SA8000** - É um dos primeiros padrões de certificação social do mundo auditáveis para os locais de trabalho decentes, em todos os setores industriais. É baseado em convenções das leis da OIT, da ONU e nacional. O sistema de gestão suporta a implementação sustentável dos princípios da SA 8000<sup>®</sup>: o trabalho infantil, trabalho forçado e compulsório, saúde e segurança, liberdade de associação e direito à negociação coletiva, discriminação, práticas disciplinares, horas de trabalho, remuneração. Disponível em: <http://www.sa-intl.org/>; traduzido pela autora. Acesso em 14 de março de 2012.

Sistema de Comunicação – PSCOM. A empresa que tem como slogan “*O Grupo de Comunicação que mais cresce em Alagoas*”, é o segundo maior Grupo de Comunicações do Estado. Trata-se de uma organização multifamiliar, com sete (07) sócios originários de três (03) famílias. Sendo duas (02) com atuação na política e uma (01), na vertente empresarial. Vale ressaltar que, mesmo sendo de origem familiar a empresa sempre foi administrada por executivos graduados, sem laços com os acionistas. Como empresa de médio porte emprega, atualmente, cento e cinquenta três colaboradores. Seu ramo de atividade é radiodifusão e internet, tendo como negócio principal a informação, entretenimento e a interatividade. Compromissado com os seus stakeholders e com a sociedade o PSCOM foi à primeira empresa de comunicação do Nordeste a se afiliar ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, em 2005. O Grupo Pajuçara detém a maior plataforma multimídia do Estado; o site – [www.tudonahora.com.br](http://www.tudonahora.com.br), se configurando entre os mais acessados no Nordeste.

Observa-se que, o Grupo Pajuçara tem incorporados à sua estratégia de negócio, os princípios da Responsabilidade Social e o desenvolvimento sustentável, como se apresentam a seguir:

**Missão:** Estar comprometido com os resultados dos stakeholders de forma ética, ágil, inovadora e socialmente responsável.

**Valores:** *Ética; Cidadania; Respeito à cultura regional; Inovações em produtos e serviços; Persistência nos resultados voltados para a satisfação dos stakeholders; Sustentabilidade; Liberdade de Manifestação; Gestão do Patrimônio Humano.*

Esse conjunto de crenças e valores é que fundamentam e estruturam a razão de existir do PSCOM e orienta aonde quer chegar.

#### 4.1. Histórico da Organização

A TV Pajuçara, foi criada em 1992 com o objetivo de proporcionar ao telespectador alagoano uma nova opção em comunicação - então filiada ao Sistema Brasileiro de Televisão/SBT. Em 2006, passou a transmitir a programação nacional da Rede Record, integrando a sua grade de programação uma linha de produtos diversificada. Foi, a partir de então, que o seu sistema de gestão começou a passar por um grande processo de mudança, adaptando-se as novas exigências do mercado e as necessidades dos acionistas. Segundo, o Diretor Executivo da empresa – André Vajas “... *foi um processo cheio de traumas, rupturas de modelos mentais e de gestão, um verdadeiro processo de desconstrução foi implementado, mas neste cenário de tantas turbulências foram criadas as bases que alicerçaram uma nova organização.*” Ainda, segundo André Vajas, as mudanças implementadas na empresa começaram a apresentar resultados no segundo ano e que para isso foram feitos altos

investimentos no desenvolvimento de novas lideranças e em equipamentos de tecnologia de *ponta*. A partir de então, o clima de confiança entre os colaboradores se fortaleceu e, a empresa tomou rumo ao sucesso, se tornando uma empresa sólida e competitiva no mercado das comunicações alagoano.

Em meio a todo processo de mudança, outras empresas juntaram-se a pioneira TV Pajuçara. Sendo, duas Rádios: Pajuçara FM Maceió (1997) e Pajuçara FM Arapiraca (2006), uma empresa de Eventos (Pajuçara Eventos/2003), uma organização para o desenvolvimento de programas de responsabilidade social empresarial (Pajuçara Social/2006), um Site: [www.tudonahora.com.br](http://www.tudonahora.com.br) (2007), uma Unidade da TV Pajuçara na segunda maior cidade do Estado, uma Unidade gerenciadora de mídias sociais (Conecta / 2011) e em 2012 a empresa estruturou mais um braço de negócios ligado à mídia de TV Fechada (Record News Alagoas).

#### 4.2. Descrição das práticas externas / internas de Responsabilidade Social

Acompanhando as exigências do mercado e visando adotar as melhores práticas de gestão, o Pajuçara Sistema de Comunicação implantou em 2005, um Comitê de Responsabilidade Social, composto por colaboradores voluntários, visando disseminar os conceitos da Responsabilidade Social na empresa. Em 2006, devido à dimensão que tomou as ações do Comitê, foi estruturado o Pajuçara Social com a missão de disseminar uma cultura de atuação socialmente responsável, contribuindo para a identificação, implementação e disseminação de melhores práticas de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável entre os stakeholders do PSCOM.

Quando a empresa fala do seu relacionamento com os stakeholders externos demonstra que essa é uma relação de parceria, ética e respeito, conforme estar escrito em seu Código de Conduta e Ética Empresarial: *"Primamos em manter uma comunicação clara, transparente e eficiente com todos os nossos stakeholders (partes envolvidas), objetivando um relacionamento saudável e negociações sustentáveis"*. E, é mais enfática quando se refere ao seu colaborador interno: *"O bem estar humano está presente nas nossas prioridades. Esse bem estar inclui um ambiente seguro, saudável, amistoso e digno para os nossos colaboradores"*.

Para tornar seu ambiente de trabalho saudável, produtivo e socialmente responsável o PSCOM toma alguns cuidados, os quais estão descritos em seu Código de Conduta e Ética Empresarial, o que pode ser correlacionado com o que propõe os Indicadores Ethos, envolvendo:

**Diversidade** - Preza pelo respeito à diversidade e a individualidade dos seus Colaboradores; Não aprova quaisquer formas de discriminação; Todo colaborador é livre para opinar sobre qualquer assunto.

**Educação e Desenvolvimento** - Valoriza as competências potenciais e investe no desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores, considerando a capacidade de

crescimento e desenvolvimento de novas habilidades; Busca capacitar os colaboradores de forma contínua em todos os níveis hierárquicos, com o objetivo de que esses colaboradores adquiram conhecimentos universais e profissionais, agregando valor a sua empregabilidade, independente de sua aplicabilidade na função desenvolvida; As medidas que afetem a vida profissional dos colaboradores são pautadas em competência, no desempenho, no mérito pessoal de cada um, alinhado com os valores da empresa.

**Obrigações Sociais** - Prioriza que os salários e encargos sociais sobre a folha sejam pagos dentro dos prazos legais permitidos.

**Mão de Obra Infantil e Trabalho Jovem** - Cumpre de forma irrevogável a legislação brasileira que proíbe o trabalho a menor de 16 anos, exceto na condição de Menor Aprendiz, entre 14 e 18 anos.

**Respeito e Assédio Moral** - Preza pelo Respeito aos seus Colaboradores e coíbe toda e qualquer forma de ameaça, intimidação física, assédio moral ou sexual.

**Relações Sindicais** - Todos os colaboradores são livres para associar-se a quaisquer Sindicatos ao qual desejar; As relações sindicais são com respeito, através de um diálogo aberto, a fim de buscar e priorizar a harmonia e a boa convivência nas relações de trabalho.

**Voluntariado Empresarial** - Acredita e dissemina a importância da prática da Responsabilidade Social e do Voluntariado Empresarial; incentiva os colaboradores a adotarem práticas socialmente responsáveis, e se inter-relacionarem, através da formação de parcerias inter-setoriais para realização voluntária dos seus eventos sociais, em prol do desenvolvimento e sustentabilidade da sociedade.

**Clientes** - Possui uma Política de Comunicação clara na relação com os Clientes, alinhada aos objetivos estratégicos, volume de vendas e resultados financeiros utilizando como referência o que preconiza Código de Defesa do Consumidor.

A empresa está em sintonia com as comunidades aonde atua através do seu Comitê de Responsabilidade (Pajuçara Social), defende e pratica princípios que preservem o meio ambiente, a saúde e o desenvolvimento humano da comunidade destacando os seguintes projetos:

**Melhorando o Aprendizado** - É um projeto de inclusão social e resgate à cidadania, com a estruturação de uma sala de leitura em escolas no agreste alagoano. Teve início em 2006; já estruturou 04 salas de leituras com mais 600 exemplares de livros cada, beneficiando milhares de estudantes;

**PSCOM Voluntário** – Na 6ª edição, integra as ações do Movimento Brasileiro de Voluntariado Empresarial. As ações visam promover a união e a solidariedade entre pessoas para fortalecer comunidades com ações voluntárias significativas. Promove o engajamento voluntário de mais de 80% dos colaboradores da empresa.

**Natal Solidário** - Trata-se de uma ação pontual voltada à arrecadação de alimentos, livros e brinquedos direcionados para as comunidades carentes do Agreste e do Sertão alagoano no dia de natal. Na 6ª edição, arrecada e distribui uma média de 7(sete) toneladas de donativos, a cada ano.

Esses projetos refletem os Objetivos do Desenvolvimento do Milênio, os quais estão associados ao questionário dos Indicadores Ethos. É através desses projetos que a empresa estimula, em seus colaboradores, o espírito do voluntariado e desenvolve o exercício da cidadania, junto às comunidades. É, também, através desses que a empresa promove a

formação de parcerias e alianças estratégicas, estendendo a outras organizações a oportunidade de exercerem a sua cidadania gerando a troca de conhecimento e a melhoria de suas práticas.

Vale destacar, a forte relação do PSCOM com a Associação Junior Achievement Alagoas, como apoiador dos programas de educação empreendedora, bem como, através do Voluntariado Empresarial. Outro marco importante para o desenvolvimento das práticas de responsabilidade social na empresa é associação ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. E, ainda, a parceria com o SESI (Serviço Social da Indústria) de Alagoas.

No âmbito interno, a empresa estar comprometida com a integração dos Colaboradores e a melhoria do Clima Organizacional e para isso desenvolve ações como:

**Olimpíadas PSCOM** - Na 7ª edição, as Olimpíadas PSCOM se constituiu no maior evento de integração realizado para os colaboradores. Jogos, provas esportivas e sociais, sorteios de brindes, música e outros atrativos.

**Aniversariantes do Mês** - Na última semana de cada mês a empresa promove o encontro dos aniversariantes do mês, numa determinada casa noturna, onde todos se confraternizam e trocam presentes.

**Família Ativa** - Programa de Fomento à Renda Familiar do Colaborador PSCOM - com foco na educação sustentada; tem como objetivo estimular o fomento da renda familiar do colaborador interno, além de ensinar que a responsabilidade social e a ética estão sempre presentes na forma de ganhar e de administrar os recursos financeiros.

Ao abordar as práticas internas do PSCOM percebe-se a associação ao que propõe os Indicadores do Ethos. Além das ações citadas, a empresa promove a disseminação dos conceitos voltados à prática do consumo consciente e da responsabilidade social com o meio. Pode-se citar como exemplo: Adote uma Caneca – todos os colaboradores adotaram uma caneca com o objetivo de diminuir o consumo e desperdício de copos descartáveis; a empresa é toda sinalizada (junto aos interruptores de lâmpadas), com orientação para o desperdício de energia elétrica; nos banheiros constam lembretes para evitar o desperdício de água e de papel. Além de cumprir com todas as suas obrigações sociais no prazo estabelecido por lei a empresa, tem preocupação em promover o desenvolvimento contínuo dos seus colaboradores. Para isso, mantém convênios com instituição de ensino superior e de idiomas, onde contribui com 50% (cinquenta por cento) do acesso aos cursos; promove capacitação de colaboradores em treinamentos específicos fora do Estado, quando necessário; mantém convênio com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial-SENAC, onde os colaboradores e familiares de primeiro grau têm acesso a cursos totalmente gratuito. Ainda, proporciona plano de saúde médico e odontológico; seguro de vida; cartões de facilidade e convênio de telefonia móvel com tarifa bem abaixo do mercado.

A empresa estruturou um Comitê – Viver Bem, com a finalidade de disseminar os conceitos relacionados à qualidade de vida, assim como, ações que promovam a saúde e bem estar geral dos colaboradores. Entre as ações desenvolvidas, atualmente, a empresa firmou

convênio com Academia e outras instituições poliesportiva e incentiva a participação dos colaboradores. Além, disso o SESI Saúde disponibiliza um profissional para realizar Ginástica Laboral, na empresa.

Conforme pesquisa de Clima Organizacional da empresa, 82% dos colaboradores estão satisfeitos com os benefícios oferecidos pelo PSCOM. Além disso, ao serem questionados sobre conhecer as iniciativas do PSCOM relativas à Responsabilidade Social, 88,18% dos colaboradores afirma ter conhecimento total ou parcial. Observa-se que, a atuação social da empresa reflete na forma como os colaboradores a reconhecem; ao serem questionados se consideram o PSCOM uma das melhores empresas para se trabalhar no Estado, 94,75% deles consideram que fazem parte de uma das melhores empresas para se trabalhar em Alagoas.

É importante frisar que, devido à performance social, junto ao seus públicos e na sua esfera de atuação, a empresa recebeu reconhecimento público com Menção Honrosa do Prêmio SESI de Qualidade no Trabalho (2008), como a segunda melhor empresa para se trabalhar em Alagoas; o Troféu em Defesa Civil 2009; Medalha de Honra ao Mérito Reconhecimento de Alagoas; Troféu Amigo do HEMOAL (2009/2010/2011) e o Reconhecimento Nacional pela Rede Record de Televisão como sendo o Destaque em Responsabilidade Social 2010, entre as suas afiliadas. Além disso, participou do VI Fórum de Responsabilidade Social Empresarial do SESI/AL, com o *case* Educação e Desenvolvimento do PSCOM; no Seminário Estadual dos ODM's (Objetivos do Desenvolvimento do Milênio) /2010, com o Case Práticas de RSE desenvolvidas pelo Pajuçara Social; apresentação do *case* Pajuçara Social e Empresa Socialmente Responsável na Escola Básica e Profissional Fundação Bradesco, em Maceió; as práticas de Responsabilidade Social da empresa serviram de objeto de estudo para elaboração de Trabalhos de Conclusão de Curso de vários acadêmicos. Em 2012, conquistou o 2º e 3º lugares no Prêmio Ser Humano da Associação Brasileira de Recursos Humanos, Seccional Alagoas, nas modalidades Responsabilidade Social e Práticas de Gestão Empresarial, respectivamente. Também foi reconhecida pela Junior Achievement Alagoas como a empresa que mais contribuiu com horas de voluntariado para o Programa de Empreendedorismo na Escola – Miniempresa. Atualmente, o PSCOM se prepara para buscar Certificação na Norma SA8000.

Ao falar com André Vajas, sobre o porquê de uma empresa de comunicação buscar uma certificação na Norma de Responsabilidade Social - SA8000, ele explicou que a empresa tem um nível de exigência muito elevado quanto as suas práticas de gestão e, busca sempre manter-se num padrão diferenciado no mercado. Logo, observa-se que, independente da obtenção do título ou não, a empresa tem pleno entendimento que, a adequação trará ganhos, no sentido de está capacitando pessoas, mudando comportamentos e trazendo novos valores culturais à sua gestão. A conquista da Certificação seria a consolidação das práticas de responsabilidade social desenvolvidas pela empresa.

#### 4.3. Análise Crítica das Práticas de Responsabilidade Social da Organização

No contexto dos Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, observa-se que a empresa se enquadra na maioria desses. Entretanto as práticas de responsabilidade social do PSCOM, avaliadas a luz dos citados Indicadores, referem-se aos temas: 1. Valores, Transparências e Governança e, ao 2. Público Interno.

No que se refere ao **Indicador 1**(Compromissos Éticos), a empresa encontra-se no estágio 3, visto que esta possui um código de conduta e ética que contempla todas as partes envolvidas, e mantém um mecanismo de orientação e treinamento para os colaboradores de todos os níveis hierárquicos a fim de garantir que seus princípios e valores estejam presentes nos processos diários de trabalho. E, ainda, possuir um Comitê Executivo para a gestão desse documento; No **Indicador 2**(Enraizamento na Cultura Organizacional), mesmo abordando questões éticas em pesquisas de clima organizacional, por avaliação de 360 graus ou outras ferramentas de avaliação, dos colaboradores demonstrarem familiaridade com os temas e escritos no código de conduta e ética e, ainda, possuir procedimentos para lidar com denúncias e resolução de conflitos relacionados ao seu código de conduta e ética ou à sua declaração de valores, encontra-se no Estágio 2 desse Indicador.

Analizando a estrutura organizacional e práticas de governança corporativa do PSCOM, na perspectiva do **Indicador 3**(Governança Corporativa), a empresa encontra-se no Estágio 03, que representa um estágio avançado de ações que vão além da conformidade legal.

Na relação com o Público Interno, correlacionadas às práticas da empresa ao **Indicador 7**(Relações com Sindicatos), o **PSCOM** respeita o direito dos seus colaboradores de formarem ou se associarem a sindicatos ou a organizações de suas categorias profissionais; mantém uma relação de respeito com essas entidades, conforme define em seu Código de Conduta e Ética Empresarial; No que tange ao **Indicador 8**(Gestão Participativa), encontra-se no Estágio 03 desse Indicador, uma vez que disponibiliza informações sobre a empresa (histórico, missão, visão, valores, organograma, política de responsabilidade social, etc.), essas informações tanto constam no Código de Ética quanto em Placa afixada em três pontos estratégicos da empresa; há um momento de integração para todo novo colaborador contratado; ocorrem reuniões gerenciais com a diretoria executiva, com lideranças e liderados; pelo menos uma vez ao ano é realizada reunião geral da Alta Direção com os colaboradores, momento em que são apresentados os resultados da empresa em um ano de exercícios e quais as novas metas. O Planejamento Estratégico é revisado anualmente, com a participação das lideranças e colaboradores representando todos os setores; **Indicador 9**(Compromisso com o Futuro das Crianças), a empresa possui Política contra o Trabalho Infantil, na qual assume o compromisso de coibir o trabalho infantil e qualquer tipo de trabalho forçado, estimulando os fornecedores e subcontratados a adotar este mesmo princípio; **Indicador 10**(Compromisso com o Desenvolvimento Infantil), apesar de possuir uma Política de Contratação e Emprego na Gravidez, que assegura a não discriminação com mulheres grávidas e os benefícios garantidos por lei, a empresa, ainda, encontra-se no Estágio

1 desse Indicador, visto que, a empresa não possui nenhum programa estruturado que atenda as necessidades dos filhos dos seus colaboradores; **Indicador 12** (Compromisso com a Não-Discriminação e Promoção da Equidade Racial), a empresa possui Política contra a Discriminação de quaisquer espécies, nesse Indicador se encontra no Estágio 3; **Indicador 13** (Compromisso com a Promoção da Equidade de Gênero), a empresa encontra-se no estágio 3, e não apresenta nenhum tipo de preconceito nos seus processos de contratação e assegura oportunidade de crescimento profissional tanto para colaboradores homens como para mulheres, tanto é que a maioria das lideranças da empresa se constitui de mulheres; **Indicador 17** (Compromisso com o Desenvolvimento Profissional e a Empregabilidade), a empresa mantém atividades sistemáticas de desenvolvimento e capacitação, visando o melhoramento contínuo; se enquadra no Estágio 03 desse Indicador que diz: a empresa além de promover capacitação contínua, oferece aos seus colaboradores bolsas de estudos e outros benefícios que tragam melhoria para o colaborador, influenciando positivamente na empregabilidade destes, independente de que os conhecimentos adquiridos sejam para ser aplicados em suas atribuições na empresa.

Além da consonância com os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social, há um ano o PSCOM vem aprimorando suas práticas e adequando o ambiente da empresa no atendimento ao que estabelece os critérios da Norma SA8000 (Social Accountability 8000). Nesse sentido, a empresa elaborou sua Política de Responsabilidade Social Corporativa; Política Contra o Trabalho Infantil e Trabalho Forçado; Política contra a Discriminação e ao Abuso Sexual; Política de Saúde e Segurança; Política de Contratação e Emprego na Gravidez e Política de Comunicação do Sistema de Gestão. Construiu um Manual de Responsabilidade Social Corporativa, assumindo seu compromisso interno e seu posicionamento na Cadeia de Valor. Para disseminar esses documentos, a empresa realizou seu primeiro *Workshop*<sup>3</sup> de Responsabilidade Social, junto aos colaboradores.

#### 4.4. Sugestões para a Organização

Após correlacionar as práticas de responsabilidade social do PSCOM com os Indicadores Ethos, esta pesquisadora propõe algumas sugestões à empresa, visando, com isso, auxiliar na consolidação das melhores práticas, propostas pela ferramenta de avaliação e melhorias, que são os citados Indicadores, na forma que segue:

---

<sup>3</sup>**Workshop** - 1 oficina. 2 seminário. 3 curso intensivo. Disponível em <http://michaelis.uol.com.br>

**Indicador 10** - Compromisso com o Desenvolvimento Infantil: sugere-se que a empresa estruture um programa que atenda as necessidades dos filhos dos colaboradores, promovendo orientação sobre como se dar o desenvolvimento integral das crianças através do fortalecimento das competências familiares (cuidados com o nascimento, alimentação saudável, prevenção de doenças, proteção à integridade da criança e estímulo ao seu desenvolvimento cognitivo e emocional, acompanhamento periódico da cobertura vacinal); oferecer incentivo para pais/colaboradores que tenham filhos com deficiência; poderá realizar uma pesquisa focando nas questões que envolvem o crescimento e desenvolvimento dos filhos dos colaboradores; reavaliação da forma como é fornecido o auxílio creche, considerando a possibilidade da construção de um programa de auxílio creche e educação. A empresa pode tomar como base para análise dessa proposta as questões apresentadas nas informações adicionais que constam nesse Indicador 10, o qual contribui para a formação do Índice de Desenvolvimento Infantil Empresarial (IDI-E).

**Indicador 12:** Compromisso com a Não – Discriminação e Promoção da Equidade Racial: a empresa tem uma política bem definida - internamente, no tratamento desse Indicador, entretanto, sugere-se que esse tema seja trabalhado junto à comunidade, uma vez que, como veículo de comunicação detém um grande poder na formação de opinião e mudança de comportamento da sociedade.

## 5. CONCLUSÃO

A partir da pesquisa realizada e com a fundamentação no referencial teórico abordado, observou-se que as práticas de responsabilidade social do PSCOM integram todas as áreas da empresa de forma abrangente, relacionando o compromisso da empresa com o ambiente no qual está inserido e o desenvolvimento da satisfação de todas as partes envolvidas, visando o crescimento sustentável.

No decorrer desse trabalho pode-se compreender que a partir do momento em que uma empresa opta em ter um sistema de gestão guiado pela responsabilidade social este deve estar em consonância com outros elementos da organização, tais como: planejamento estratégico, estrutura organizacional, processo de trabalho, dentre outros. Outro ponto importante é que se deve lembrar que para uma empresa as ações gerenciais devem se justificar perante as necessidades reais. Nesse sentido, observou-se que a organização em estudo, contextualiza as suas ações gerenciais evoluindo sistematicamente. Ainda assim, a empresa demonstra senso muito crítico sobre suas práticas e busca melhoria contínua em seus processos.

Por fim, gostaria de destacar que durante as entrevistas realizadas, com o Diretor Executivo do PSCOM, compreendeu-se que a responsabilidade social é uma convicção da empresa. Como ele falou: *a responsabilidade social do PSCOM faz parte de uma crença; de uma filosofia de sonhos que vem pontilhar os caminhos da sustentabilidade*. Desse modo, conclui-se que a empresa está aberta ao novo e motivada para melhorias contínuas.

## REFERÊNCIAS

BARBIERI, José Carlos; CAJAZEIRA, Jorge Emanuel Reis. **Responsabilidade Social Empresarial e Empresa Sustentável: Teoria e Prática** - São Paulo: Saraiva, 2009.

FLEURY, Maria Tereza Leme (Coordenadora). **As Pessoas na Organização**. São Paulo: Editora Gente, 2002.

INSTITUTO *ETHOS*. **Indicadores Ethos de Responsabilidade Social**. Disponível em: [www.ethos.org.br/docs](http://www.ethos.org.br/docs), acesso em 01/04/2012.

INSTITUTO *ETHOS*. **Responsabilidade Social nas Empresas: primeiros passos**. São Paulo: Industrial Graphics Comunicação, 1998.

SARMENTO, Daniella. **Processo Produtivo do PSCOM**. Entrevista concedida a pesquisadora. Maceió, AL. 29 agosto. 2011.

SILVA, Isaac Alexandre; SILVA Maria Cristiane Medeiros. **A Responsabilidade Social na percepção dos funcionários: um estudo de caso no Pajuçara Sistema de Comunicação**. Trabalho de Conclusão do Curso de Administração. Universidade Federal de Alagoas. Maceió, 2009.

STONER, J. A. F. **Administração**. 2 ed. Rio de Janeiro: Prentice- Hall do Brasil, 1995.

TENÓRIO, Fernando Guilherme... (ET AL). **Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática**. 2006. 2 ed. Ver. e ampliada - Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

VAJAS, André Chaves. **Práticas de Responsabilidade Social desenvolvidas no PSCOM**. Entrevista concedida a pesquisadora. Maceió, AL. 23 Mar.2012,

VAJAS, André Chaves. **Governando uma empresa multifamiliar preservando e perpetuando o patrimônio familiar**. Projeto Aplicativo apresentado ao Programa de Desenvolvimento de Dirigentes, Parceiros pela Excelência. Fundação Dom Cabral. Belo Horizonte, 2006.

VELOSO, Henrique Maia. **Mapa de Stakeholders**: notas de aula. Poços de Caldas: PUC Minas, 2007.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.